

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

PRÉSENCE ET REPRÉSENTATIONS DES FEMMES DANS LA PRESSE
ÉCRITE FRANÇAISE ET QUÉBÉCOISE :
ÉTUDE DES CAS DU *DEVOIR*, DU *MONDE*, DU *NOUVEL OBSERVATEUR* ET
DE *L'ACTUALITÉ* EN 2013

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR
LAURINE AICHA ANNA BENJEBRIA

OCTOBRE 2015

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Écrire un mémoire est un exercice demandant et exigeant. Il nécessite une grande motivation, de la détermination, une bonne dose d'énergie mais également beaucoup de soutien. Je tiens à remercier tous ceux et celles qui m'ont aidé, de près ou de loin à réaliser cette recherche. Tout d'abord, je voudrais remercier mon directeur, M. André Éric Létourneau et ma directrice Mme Lori Saint-Martin qui ont accepté de me diriger et dont les nombreux conseils m'ont permis d'avancer. Je tiens à dire toute la reconnaissance que j'ai pour ma famille qui m'a soutenue malgré la distance. Mes parents m'ont appris à aller jusqu'au bout pour réaliser mes rêves. Mon mémoire je le dois aux valeurs qu'ils m'ont inculquées. Je voudrais également remercier mes amis qui m'ont permis de relâcher la pression et ont fait de mes deux ans de maîtrise des années certes d'apprentissages mais plus encore de plaisir.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX.....	v
RÉSUMÉ.....	vii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I	
LES FEMMES ET LA PRESSE ECRITE AU QUÉBEC ET EN FRANCE.....	8
1.1.1 Les femmes journalistes : une apparition récente et lente	9
1.1.2 Les femmes, sujets d'une couverture médiatique	14
1.1.3 D'une domination masculine à l'intériorisation par les femmes des pratiques inégalitaires ?	19
1.1.4 Méfiance du lectorat féminin	22
1.1.5 Enjeu démocratique d'une meilleure représentation dans la presse écrite.....	23
1.2 Questions de recherche	24
1.3 Hypothèses spécifiques	25
1.4 Pertinence communicationnelle	27
1.4.1 La presse écrite, cet agent socialisateur particulier.....	28
1.4.2 Pertinence scientifique	29
CHAPITRE II	
LE DISCOURS JOURNALISTIQUE ET LE GENRE	32
2.1.1 La recherche féministe.....	32
2.1.2 Le genre et la construction sociale.....	35
2.1.3 Les <i>gender studies</i>	38
2.1.4 La langue et le genre	40
2.2 Le discours journalistique	43
2.2.1 Le discours journalistique et les rapports de pouvoir	43
2.2.2 L'influence de la rhétorique journalistique	46
2.2.3 Reproduction des stéréotypes genrés par les femmes journalistes	49
CHAPITRE III	
MÉTHODOLOGIE.....	53
3.1 Posture méthodologique.....	53
3.1.1 La stratégie de recherche mixte	53
3.1.2 L'approche constructiviste.....	57
3.1.3 Corpus	60
3.2 Techniques d'analyse.....	64
3.2.1 Analyse quantitative.....	64
3.2.2 Analyse qualitative.....	66

CHAPITRE IV

RÉSULTATS	68
4.1 Analyse quantitative de notre corpus : un portrait global	68
4.1.1 Collecte des données	68
4.1.2 Portrait statistique	70
4.2 Analyse qualitative.....	105
4.4 Limites et validité de notre recherche	132
CONCLUSION	135
ANNEXE A. RÉSULTATS DE L'ANALYSE QUANTITATIVE – <i>L'ACTUALITÉ</i>	144
ANNEXE B. RÉSULTATS DE L'ANALYSE QUANTITATIVE – <i>LE NOUVEL OBSERVATEUR</i>	146
ANNEXE C. RÉSULTATS DE L'ANALYSE QUANTITATIVE – <i>LE MONDE</i> ..	148
ANNEXE D. RÉSULTATS DE L'ANALYSE QUANTITATIVE – <i>LE DEVOIR</i> .	150
ANNEXE E. GRILLE D'ANALYSE QUALITATIVE.....	152
ANNEXE F. DE MONTVALON, J-B. (12 DÉCEMBRE 2013), « LA DISCRÈTE MONTÉE EN PUISSANCE DE MARTINE AUBRY CONTRARIÉE PAR LA JUSTICE », <i>LE MONDE</i> , P. 9	153
ANNEXE G. LEGRAND, C. (15 DÉCEMBRE 2013), « MME BACHELET GRANDE FAVORITE DE LA PRÉSIDENTIELLE CHILIENNE », <i>LE MONDE</i> , P. 3.....	154
ANNEXE H. DIB, L. (10 DÉCEMBRE 2013), « INSULTÉE, UNE ÉLUE DU NPD EN APPELLEAU PRÉSIDENT », <i>LE DEVOIR</i> , P. 4.....	155
ANNEXE I. DUPONT, V. (11 DÉCEMBRE 2013), « GM ASSOIT UNE FEMME AU VOLANT DE L'ENTREPRISE », <i>LE DEVOIR</i> , P. 11-12	156
ANNEXE J. MORICE, L. (7 NOVEMBRE 2013), « LA DURE DE CHEZ DOUX », <i>LE NOUVEL OBSERVATEUR</i> , P. 48	158
ANNEXE K. MARTIN, M-H. (21 NOVEMBRE 2013), « RÉVOLUTION À L'ANGLAISE », <i>LE NOUVEL OBSERVATEUR</i> , P. 99	159
ANNEXE L. HÉBERT, C. (1 NOVEMBRE 2013), « EFFETS « PER-VERTS » », <i>L'ACTUALITÉ</i> , P. 49	160
ANNEXE M. BEAULIEU, C. (15 NOVEMBRE 2013), « LES POMMES DE PAULINE », <i>L'ACTUALITÉ</i> , P. 3	161
BIBLIOGRAPHIE	162

LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
4. 1 Place des journalistes selon leur sexe	71
4. 2 Nombre d'articles selon le sexe des journalistes	72
4. 3 Les journalistes pris en photographie selon leur sexe	74
4. 4 Sexe des journalistes écrivant les articles politiques	75
4. 5 Sexe des journalistes écrivant les articles de société	76
4. 6 Sexe des journalistes écrivant les articles culturels	77
4. 7 Sexe des journalistes écrivant les articles scientifiques	79
4. 8 Sexe des journalistes écrivant les articles technologiques	80
4. 9 Sexe des journalistes écrivant les articles sportifs	81
4. 10 Sexe des journalistes écrivant les articles économiques	82
4. 11 Sexe des journalistes écrivant les articles sur l'éducation	83
4. 12 Sexe des journalistes écrivant les articles sur la santé	84
4. 13 Sexe des journalistes écrivant les articles sur l'environnement	85
4. 14 Sexe des journalistes écrivant les articles sur la mode	86
4. 15 Sexe des sujets des articles politiques	89
4. 16 Sexe des sujets des articles économiques	90
4. 17 Sexe des sujets des articles culturels	91
4. 18 Sexe des sujets des articles sur l'environnement	92

4. 19 Sexe des sujets des articles de société.....	94
4. 20 Sexe des sujets des articles sportifs.....	95
4. 21 Sexe des sujets des articles sur l'éducation	96
4. 22 Sexe des sujets des articles scientifiques	97
4. 23 Sexe des sujets des articles sur la santé.....	97
4. 24 Sexe des sujets des articles sur la mode.....	98
4. 25 Sexe des sujets des articles technologiques	99
4. 26 La place des experts selon leur sexe	101
4. 27 La place des témoins selon leur sexe	102
4. 28 La proportion de femmes et d'hommes cités.....	103

RESUME

La présente recherche s'intéresse à la présence des femmes dans la presse écrite française et québécoise, en tant que journalistes mais également en tant que sujets de la couverture médiatique. Nous analysons également les représentations véhiculées par la presse écrite à l'égard des femmes et de leur statut social. À cet effet, nous avons dressé un état des lieux de la place des femmes journalistes dans la presse écrite française et québécoise ainsi que de l'espace médiatique occupé par les femmes. Nous avons délimité notre corpus à deux quotidiens publiés lors de la semaine du 9 décembre 2013, *Le Monde* et *Le Devoir*, et deux magazines d'information générale parus pendant le mois de novembre 2013, *Le Nouvel Observateur* et *L'Actualité*. Ces publications sont étudiées dans une approche constructiviste et féministe. Nous visons ainsi à comprendre quelles sont la place et les représentations des femmes dans la presse écrite québécoise et française d'aujourd'hui, en tant que journalistes et en tant que sujets médiatisés. Par cette recherche, nous entendons contribuer à une meilleure compréhension du phénomène de traitement médiatique genré. À l'aide d'analyses statistique et discursive, nous observons la place occupée par les femmes journalistes et les femmes sujets de la couverture médiatique au sein des publications ainsi que les discours véhiculés par la presse écrite sur les femmes et leur statut social. Nos résultats nous permettent d'affirmer nos hypothèses de départ, à savoir que les femmes journalistes sont moins visibles que les hommes journalistes dans la presse écrite d'information générale et que les femmes sont également moins présentes que les hommes au sein des articles de presse écrite. En effet, l'approche quantitative statistique nous aura permis de dresser un portrait genré de notre corpus et d'observer la présence des femmes et de leur statut social dans la presse écrite. Notre approche qualitative permet de voir le traitement médiatique des femmes et de leur statut social : la manière dont elles sont mentionnées et décrites. Nos résultats démontrent que les femmes journalistes occupent une place moindre que leurs collègues masculins au sein des rubriques politiques, technologiques, sportives, scientifiques, culturelles et de société, tandis qu'elles sont plus nombreuses à publier des articles au sein des rubriques reflétant leur statut social traditionnel : santé, environnement, mode. En outre, concernant les sujets des articles, les femmes sont moins souvent présentes que les hommes ; elles sont même absentes de certains types d'articles comme c'est le cas notamment des rubriques d'environnement, scientifiques, technologiques ainsi que d'éducation. Au sein des unités rédactionnelles, nous avons pu observer que les thèmes liés à l'apparence et à la sphère domestique sont récurrents lorsqu'il s'agit de présenter des femmes. L'on retrouve également une distribution dualiste entre la femme responsable et influente et la femme victime, coupable. Ainsi, nous pouvons conclure que la presse écrite française et québécoise, dans l'échantillon que nous avons étudié,

se fait majoritairement dans une optique masculine, où la femme occupe un espace moindre et limité, au sein duquel elle est encore décrite selon ses attributs physiques, son âge et sa condition familiale ou matrimoniale.

Mots clés : presse écrite, femmes, journalisme, analyse de discours, études médiatiques

INTRODUCTION

Leo, what happens to you happens to me. I'm good at my job, Leo. I am a lion up there. I own that room. I work for it. I give a strong briefing. And they write about that. They cover the news. And there are articles about how well I do at my job. But they also write about me. If I wear lipstick, I'm dolled up. If I don't, I've let myself go. They wonder if I'm trying to bring dresses back and they don't like it when I repeat outfits even though I'm on a government salary. They discuss my hair color. There are anonymous blogs that say I'm too skinny. They have a running joke that I'm on a hunger strike until I can be liberated by the Democrats ! They also write about you. Every article that comes out about me has your name somewhere in it. Because, apparently, there's this rule that in order to write about me they also have to report to the world that there's a man who wants me. My work, my accomplishments, my awards... I stand at the most powerful podium in the world, but a story about me ain't a story unless they can report on the fact that I am the girlfriend of D.C. fixer Leo Bergen. Like it validates me, gives me an identity, a definition. They can fathom the concept that my life doesn't revolve around you. My life doesn't revolve anywhere near you. It's horrifying. « Property of Leo Bergen ». Tell me, when they write about you, Leo, do they report on your clothes ? Write about your thighs ? There is a difference. There is.

Darby Stanchfield, dans le personnage d'Abigail Wehlan (2015, 19 mars), *Scandal*, [Série télévisée], Shonda Rhimes, ABC, Saison 4 Episode 16

Cette citation est extraite de l'épisode 16 de la quatrième saison de la série télévisée états-unienne *Scandal*. Lors de ce monologue, le personnage d'Abigail Wehlan (joué par Darby Stanchfield) porte-parole de la Maison Blanche, critique les normes doublement sexistes qui règnent dans le traitement médiatique des femmes. En effet, le monologue rappelle que lorsqu'une femme est dans une relation avec un homme public, le travail de celui-ci et les scandales qui le touchent ont un impact sur la façon dont elle est présentée par la presse. Le traitement médiatique des femmes serait lié à leur conjoint ou à leur père. Le monologue se poursuit en évoquant l'importance de l'apparence physique des femmes dans leur couverture médiatique. Ce moment de télévision met l'accent non seulement sur les obstacles que doivent franchir les femmes publiques à l'égard des médias, mais plus encore sur le sexisme latent des médias d'information. Il convient de rappeler que les séries télévisées créées et produites par Shonda Rhimes – *Scandal* (2012), *Grey's Anatomy* (2005), *Private Practice* (2007-2013) ou encore *How to get away with murder* (2014) – mettent à l'honneur des personnages principaux féminins détenant un certain pouvoir hiérarchique et politique (Turcan, 2014). Ces émissions télévisuelles tentent de briser les tabous sociaux tels que le sexisme, l'homophobie et le racisme en donnant la vedette à des personnages faisant partie des minorités genrées, sexuelles, ethniques.

Depuis toujours, je rêve d'être journaliste et de travailler dans la presse écrite d'information générale. J'ai encore l'ambition d'entrer dans la salle de rédaction du *Monde* et de pouvoir couvrir l'actualité internationale. Mon entrée en maîtrise de Communication (concentration Études médiatiques) à l'UQAM m'a permis de me diriger vers un champ d'études en lien avec mes ambitions professionnelles. Je voulais étudier la presse écrite aussi bien dans son contenu que dans sa structure professionnelle, en tant que « la presse fournit une documentation incontournable pour comprendre des sujets sociétaux contemporains ou passés » (Ringoot, 2014,

p. 3). Désirant accompagner ma recherche d'un projet sociopolitique, j'ai choisi d'analyser la place des femmes dans la presse écrite. Il s'agissait ainsi d'actualiser les recherches de sociologues tels qu'Érik Neveu et Sylvie Debras et d'observer la presse écrite contemporaine dans son rapport avec le genre, que ce soit au niveau des journalistes ou des sujets des articles publiés. Ces derniers temps, de nombreuses célébrités se disent féministes (mentionnons Emma Watson, Kerry Washington ou encore Amy Poehler), et je voulais participer de cette prise de conscience à l'égard de la nécessité de remettre sur le devant de la scène médiatique le mouvement féministe. J'ai donc choisi d'élaborer une recherche sur la presse écrite afin d'observer quelle part les femmes jouent dans la presse et comment elles y sont représentées.

Dans le cadre de cette recherche, je suis partie du constat d'une différenciation sexuelle dans les médias traditionnels, champ majoritairement masculin depuis les débuts du journalisme, tant dans le contenu rédactionnel que dans les idéaux de la profession (Wiik, in Damian, Frisque et Saitta, 2010, p. 93 ; Beauchamp, 1987, p. 105). Depuis le début des années 2000, des chercheurs relèvent des inégalités professionnelles entre les genres ainsi qu'un manque de visibilité des femmes au sein de la presse écrite dans les pays occidentaux (Neveu, 2000, p. 181 ; Cohen, 1999, p. 17 et p. 37). Certaines recherches dénoncent le fait que les médias semblent être écrits par et pour les hommes, ce qui se dénote aussi bien sur le plan de la sélection des informations à traiter et des témoignages à citer que dans le ton utilisé dans les articles, y compris dans l'information sur les femmes (Debras, 1999, p. 58 ; Beauchamp, 1987, p. 105). Ainsi, si la scolarisation féminine a permis un renouveau dans les salles de rédaction au cours du siècle dernier, les femmes journalistes sont encore cantonnées à des rubriques entendues comme féminines – à savoir l'éducation, la société et la culture – ainsi qu'à des postes subalternes (Côté, 2007, p. 29 ; Ceulemans, M., Fauconnier, G., 1979, p. 72). En outre, les sujets journalistiques

portent rarement sur les femmes, présentant une actualité androcentrée (Debras, 2003 ; Dumont, 2013, p. 107), c'est-à-dire axée sur les hommes et le masculin.

Le présent mémoire aborde la problématique du genre et des médias, plus précisément la question des femmes dans la presse écrite d'information générale contemporaine au Québec et en France. Il porte sur les femmes journalistes participant à la transmission de l'actualité, mais également sur les femmes comme sujets d'une couverture médiatique. Il s'agira donc d'étudier la place des femmes au sein des salles de rédaction ainsi que leur présence médiatique. Cette analyse comparative d'un phénomène genré contemporain sera soutenue par une stratégie de recherche mixte, présentant des données à la fois quantitatives et qualitatives sur les médias traditionnels français et québécois. Dans notre mémoire, nous souhaitons nous interroger sur la représentation générale des femmes dans le monde médiatique français et québécois. Nous voulons ainsi questionner l'éventualité d'un renforcement de la domination masculine dans la presse qui serait du autant aux hommes journalistes qu'aux femmes journalistes. Nous interrogeons également l'invisibilité sociale et publique des femmes, malgré la féminisation progressive de la profession journalistique, les femmes demeurant encore en marge des sujets traités par la presse. Nous tenons aussi à présenter une étude comparative entre le Québec et la France.

Le présent mémoire vise à étudier en détail la place qu'occupent les femmes journalistes et les femmes sujets d'une couverture médiatique au sein de la presse écrite française et québécoise. Aidés par des cas particuliers (*Le Devoir* et *Le Monde* pour la semaine du 9 décembre 2013, *L'Actualité* et *Le Nouvel Observateur* pour le mois de novembre 2013), nous cherchons à analyser le traitement médiatique actuel des femmes par la presse écrite d'information générale. Il ne s'agit pas de généraliser les conclusions que nous tirerons de nos analyses quantitatives et qualitatives, mais de mettre en lumière un phénomène genré peu exploré. La question est à nos yeux

légitime : à l'heure actuelle, quelle est la place investie par les femmes dans la presse écrite d'information généraliste, autant comme productrices d'information que comme sujets d'un traitement médiatique ? Notre objectif principal est ainsi d'analyser la problématique de la place et des représentations des femmes au sein des médias, dans une logique comparative entre la France et le Québec.

Notre mémoire se compose de quatre chapitres qui correspondent à nos différentes approches théoriques et méthodologiques. Nous y présentons notre posture, notre stratégie de recherche mixte ainsi que l'angle féministe et communicationnel que nous avons adoptés dans le cadre de notre recherche comparative.

Le premier chapitre de notre mémoire présente la problématique générale de notre recherche, à savoir la place des femmes dans la presse écrite. Pour ce faire, nous répertorions les recherches scientifiques antérieures ayant analysé les femmes journalistes, les femmes sujets de la couverture médiatique mais aussi la domination masculine. Ce chapitre vise à offrir une vue d'ensemble de la presse écrite et du rôle que jouent les femmes dans les salles de rédaction ainsi qu'au sein des unités rédactionnelles. Il aborde par ailleurs l'intériorisation des pratiques différenciées par les femmes journalistes ainsi que la méfiance du lectorat féminin à l'égard de la presse écrite d'information générale. Nous cherchons à souligner qu'une représentation juste et égalitaire des femmes dans la presse écrite est un enjeu démocratique à part entière, notamment parce que la presse écrite est un lieu de socialisation au même titre que la famille et l'école.

Le deuxième chapitre présente notre cadre théorique. Ainsi, nous évoquons l'apport de la recherche féministe et des *gender studies* dans notre analyse mais aussi le postulat que nous adoptons à l'égard de la construction sociale du genre. Nous cherchons à mettre en lumière le lien que la langue établit avec le genre dans ce

même processus de construction sociale et identitaire. Cela nous amène alors à analyser plus particulièrement le discours journalistique. Ce discours est intimement lié aux rapports de pouvoir présents dans la société. Comme la presse écrite informe les individus sur le monde, elle participe de la représentation qu'on se fait des genres. Si nous prenons le parti de penser la presse écrite comme reproduisant les stéréotypes genrés, il convient d'admettre que cette reproduction du traitement médiatique différencié n'est pas l'apanage des journalistes hommes ; les femmes journalistes contribuent également aux pratiques discriminatoires.

Notre troisième chapitre dépeint la méthodologie que nous avons choisie d'adopter. Nous avons retenu une stratégie méthodologique mixte, alliant analyse quantitative et analyse qualitative. Notre analyse quantitative est une analyse statistique du contenu de notre corpus. Notre analyse qualitative porte sur une analyse discursive d'un échantillon limité d'articles provenant de notre corpus. Pour mener à bien ces analyses, notre recherche s'inscrit dans un cadre conceptuel constructiviste. Nous considérons ainsi le réel, le genre mais également le sens comme construits socialement et partagés ensuite par la société.

Notre quatrième et dernier chapitre se divise en deux parties, présentant successivement nos analyses quantitative et qualitative. Dans un premier temps, nous présentons les résultats de notre analyse statistique de la presse écrite au moyen d'une série de tableaux. Ces tableaux mettent côte à côte les données relatives à la presse écrite française et québécoise en fonction du genre des journalistes, du genre des sujets de la couverture médiatique, du genre des experts, des témoins mais aussi en fonction de la distribution des rubriques politique, économique, culturelle, sportive, etc. Au cours de la seconde partie de ce chapitre, nous étudions un échantillon d'unités rédactionnelles de manière à distinguer le discours journalistique relatif aux femmes et à leur statut social. En effet, nous cherchons à observer les représentations

médiatiques des femmes, les termes employés pour évoquer leurs fonctions professionnelles, leur apparence, etc. Notre recherche nous permet ainsi de faire ressortir la multiplicité des discours présents dans notre corpus sur les femmes et leur statut social.

Notre mémoire vise principalement à observer la place des femmes journalistes et sujets d'une couverture médiatique au sein de la presse écrite. Nous cherchons par ailleurs à étudier les différentes représentations véhiculées par cette même presse sur les femmes et leur statut social. Quelles sont la présence et les représentations des femmes dans la presse écrite québécoise et française, en tant que journalistes et en tant que sujets médiatisés ? Voilà la grande question que nous explorerons tout au long de notre mémoire.

CHAPITRE I

LES FEMMES ET LA PRESSE ECRITE AU QUÉBEC ET EN FRANCE

Dans ce premier chapitre, nous présentons notre problématique à l'aide d'une revue de littérature abordant le développement historique de la place des femmes dans la presse écrite française et québécoise, le processus de féminisation de la profession journalistique ainsi que les enjeux et les impacts du traitement médiatique différencié. Nous complétons cette recension d'études scientifiques et institutionnelles en analysant d'une part le statut des femmes journalistes et d'autre part la visibilité médiatique des femmes. Nous présentons par la suite l'intériorisation des pratiques discriminatoires par les journalistes femmes. Nous analysons enfin la méfiance du lectorat féminin à l'égard de la presse écrite et l'enjeu démocratique d'une meilleure représentation des femmes dans la presse écrite.

La présence des femmes journalistes et des femmes sujets d'une couverture médiatique dans la presse écrite française et québécoise a fait l'objet de diverses études scientifiques et institutionnelles au cours des dernières décennies. Nous considérons ces deux phénomènes liés : si les femmes se font plus nombreuses au sein de la profession journalistique, la visibilité médiatique des femmes ne s'est pas améliorée. Cela nous amène ainsi à traiter la domination masculine comme pratique intériorisée par les femmes journalistes. Finalement, nous analysons les enjeux du traitement médiatique sexuel différencié : la sous-représentation des femmes dans la presse écrite va à l'encontre des principes démocratiques dont se réclame la presse écrite et induit une méfiance du lectorat féminin (Debras, 1999, p. 67).

1.1.1 Les femmes journalistes : une apparition récente et lente

Dans les sociétés occidentales, jusqu'à la seconde moitié du XXe siècle, les pouvoirs politiques, économiques et culturels étaient réservés aux hommes, cantonnant ainsi les femmes aux sphères domestique et privée (Millet, 1977, p. 40). Les femmes ne disposaient pas de pouvoir décisionnel en ce qu'elles ne pouvaient être éligibles aux fonctions politiques et ne se voyaient pas confier de responsabilités majeures dans les entreprises. Confinées à la sphère privée, les femmes ne pouvaient assumer des responsabilités publiques et électives, leur parole était alors minorée. Pour l'historienne Michelle Perrot, le Verbe demeure l'apanage des dirigeants, et les femmes, n'ayant pas la possibilité de s'affirmer sur la scène décisionnelle, ont été exclues de l'espace public et médiatique (Perrot, 1998, p. 260). Il a fallu attendre le XIXe siècle pour que les femmes fassent leurs premiers pas dans les salles de rédaction des journaux écrits au Québec, mais aussi en France (Dumont-Johnson, 1992, p. 292). Et si elles occupaient dans les premiers temps les pages féminines des journaux, elles sont parvenues, au cours du XXe siècle, à accéder à la plupart des champs de l'information, allant de la politique à l'éditorial en passant par l'économie et le sport (Saint-Jean, 2000, p. 77). Cette première féminisation du métier de journaliste a par ailleurs induit une prise de conscience des femmes comme sujets médiatiques : se voyant offrir la possibilité d'occuper l'espace public et médiatique par leur parole journalistique, les femmes eurent alors l'occasion de rendre visibles les sujets traitant des femmes et de leur statut dans la société. En d'autres termes, l'apparition des premières femmes journalistes a favorisé le traitement journalistique de sujets liés au statut social des femmes (Damian-Gaillard, Frisque et Saitta, 2010, p. 94 ; Sore, 2012, p. 39). Et cette présence des femmes journalistes ainsi que des femmes sujets d'une couverture médiatique s'est accrue graduellement. Son accélération s'est même accentuée à partir des années 1960, à l'occasion notamment des mouvements de libération de la femme (Dumont-Johnson, 1992, p. 500). Les femmes ont su se tailler une place de plus en plus importante dans l'espace public en

prenant la parole, aussi bien en tant que journalistes qu'en tant que sujets de la couverture médiatique (*ibid.*). Il convient de rappeler que la première femme journaliste québécoise, Robertine Barry, publia ses premiers articles (sur l'éducation et les Courriers du cœur) en 1891, dans *La Patrie*, sous le pseudonyme de « Françoise » (Desplanques, 2011). En France, le premier journal quotidien destiné aux femmes et exclusivement publié et rédigé par des femmes, *La Fronde*, vit le jour en décembre 1897 mais disparaît en 1905. Ce quotidien, conçu par Marguerite Durand, « embrassait les domaines de la politique, des sports et de la haute finance, traitait de questions sociales et publiait les feuilletons », se donnant ainsi des objectifs éducationnels et professionnels pour les Françaises (Roberts, 1997). En 1947, Judith Jasmin devient la première Canadienne à obtenir le statut de grand reporter et correspondante étrangère (Desplanques, 2011). Présentes dans les journaux, les femmes parviennent également à se faire reconnaître parmi leurs pairs ainsi que dans les écoles de journalisme. En effet, depuis quelques décennies, quelques femmes journalistes réussissent à se frayer un chemin dans les mythologies journalistiques, jusqu'à devenir des personnalités renommées et adoptées par le grand public : parmi ces femmes l'on retrouve Colette, Florence Aubenas et Sylvie Kauffmann en France, et Judith Jasmin, Jeanne Sauvé et Lizette Gervais au Québec. La renommée de ces femmes journalistes permet de donner aux étudiants, mais aussi à la société entière, des modèles, offrant l'image d'un journalisme mixte où chaque sexe aurait sa place.

Aujourd'hui, les femmes ont atteint au Québec et en France une quasi-parité numérique parmi les collaborateurs de journaux d'information généraliste (Saint-Jean, 2000, p. 78). Selon le rapport du secrétariat français d'État à la Solidarité « L'image des femmes dans les médias », en 2008 les femmes représentaient 43% des journalistes en France (Reiser et Grésy, 2008, p. 32). Selon Anne-Caroline Desplanques, de l'Observatoire du journalisme, on observe une tendance semblable à la féminisation du journalisme au Québec : en 2011, les femmes constituaient 44%

des membres de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (Desplanques, 2012). En outre, ces données propres au monde journalistique peuvent être comparées avec celles du marché du travail tant en France qu'au Québec. Cette représentation est à l'image de la place des femmes dans le marché du travail. Ainsi, l'on remarque selon l'Institut National de la Statistique et des Études économiques (INSEE, 2013), qu'en France, le taux d'activité des femmes âgées de 25 à 49 ans atteignait 83,8% en 2012, contre 41,7% en 1982 (*ibid.*). Quant au Québec, 61% des femmes de plus de 15 ans participaient au marché du travail en général, en 2013 (Gouvernement du Québec, 2014). L'on peut noter que les taux d'activité ne diffèrent pas des taux de féminisation du journalisme. La profession journalistique semble donc refléter la société, du moins à certains égards. La présence des femmes dans les salles de rédaction devient incontestable, mais il convient de souligner qu'il ne suffit pas de produire des informations, de participer à la diffusion de l'actualité pour être visible. La signature des articles dans la presse écrite ainsi que la présence des photographies des journalistes leur offrent une visibilité au sein des pages des journaux. Or, nous verrons avec le corpus analysé dans le cadre de notre recherche, que la représentation visuelle des journalistes dans la mise en page des journaux favorise plus les hommes que leurs collègues féminins. Lorsque les articles journalistiques sont accompagnés d'une photographie d'un journaliste, il s'agit plus souvent de journalistes hommes que de journalistes femmes, contribuant ainsi à renforcer l'illusion que l'information se fait en majeure partie par les hommes :

Malgré toutes les campagnes contre le sexisme et la discrimination qui ont été menées au cours des dernières années, l'apparition de programmes d'équité en matière d'emploi et le fait que les départements de communication des universités québécoises attirent aujourd'hui une plus grande proportion de femmes que d'hommes, le journalisme demeure, au Québec, un domaine d'emploi majoritairement masculin. (Poussart, 1996, p. 1)

En d'autres termes, ce n'est pas parce que les femmes détiennent une parole journalistique qu'elles ont acquis une légitimité publique et sociale (Reiser et Grésy, 2008, p. 53). Nos recherches aborderont d'ailleurs le fait que la signature des journalistes n'est pas systématiquement apposée à l'article, et que dans certains cas c'est la signature du chef de rubrique que l'on observe, voire le nom de l'agence dont est tiré l'article. Or, la signature d'un article symbolise un acte d'appropriation intellectuelle par lequel le ou la journaliste est responsable de sa parole et de l'information transmise (El Yamani, 1998, p. 232).

Il convient de rappeler que ce sont de longues et dures luttes féministes qui ont permis cette féminisation du journalisme français et québécois. Ainsi la féminisation qui représente en elle-même une avancée sociographique importante (Maruani, 2005, p. 7) fut permise par l'émergence des mouvements sociaux des années 1960 – le printemps des peuples en Europe (mai 1968 en France, par exemple) et la Révolution tranquille au Québec. Force est de constater que plus de quarante ans après la création du Mouvement de libération des femmes en France – qui militait pour l'égalité des droits sociaux, juridiques et économiques entre les deux sexes –, les femmes se font toujours aussi rares dans les postes à hautes responsabilités, se confrontant au plafond de verre, aussi bien en France qu'au Québec (Bereni, Chauvin, Jaunait et Revillard, 2012, p. 178). L'Observatoire des métiers de la presse en France met en exergue cette tendance à la différenciation sexuée, en notant qu'en 2012, seuls 26,2% des directeurs de la rédaction en presse écrite et 36,8% des rédacteurs en chef en presse écrite étaient des femmes (2012, p. 35 ; p. 37). Par plafond de verre, nous entendons la ségrégation verticale, à savoir la difficulté, si ce n'est l'impossibilité, pour les femmes d'atteindre les postes de responsabilité (Saint-Pierre, 2012, p. 16). Le plafond de verre s'accompagne d'une concentration d'hommes en haut de la pyramide hiérarchique. Ce plafond de verre « journalistique » a un triple effet : il rend difficile

l'accès des femmes journalistes à la parole publique et médiatique ; il entrave leur ascension hiérarchique ; il ne permet pas de développer des modèles féminins (Ziamou, 2000, p. 7). La logique aurait voulu que la féminisation des journaux, et celle du monde du travail en général, soit un élément déclencheur d'une seconde libéralisation du statut des femmes vers une définition plus actuelle – la première libéralisation des femmes datant des années 1960, et des Mouvements de libération des femmes. Au contraire, il semblerait que l'on se heurte, aujourd'hui encore, à une réelle contradiction au sein du monde médiatique. En effet, si les femmes occupent une place importante dans les salles de rédaction, l'avancement de leur carrière demeure limité. Cette contradiction est symptomatique de notre société et de son rapport au statut des femmes :

Plus de femmes instruites, actives, salariées, mais aussi plus de chômeuses, de salariées précaires ou pauvres ; les lois sur l'égalité professionnelle se sont multipliées, mais la résorption des disparités de carrières et des écarts de salaires stagne. (Maruani, 2005, p. 7)

À partir des recherches présentées précédemment, nous examinerons dans le cadre de notre mémoire l'éventualité d'une disparité genrée au niveau des différents sujets à couvrir par les journalistes. Nous chercherons à déterminer ainsi, si une discrimination genrée se dénote à l'égard de la distribution des sujets journalistiques — discrimination qui serait alors significative de l'image traditionnelle des femmes dans la société. Des études ont déjà relevé que les sujets liés à l'éducation, à la famille et à la mode sont bien souvent traités par des femmes journalistes, tandis que les sujets abordant la politique, l'actualité internationale, les sciences, la finance, le sport ainsi que les éditoriaux sont surtout confiés aux journalistes masculins (Damian, Frisque et Saitta, 2010, p. 159-165). Ainsi, les femmes journalistes s'occupent de rubriques reflétant le rôle social qui leur est traditionnellement assigné, prolongeant leurs responsabilités domestiques, à savoir un rôle de soin, d'assistance, de soutien et d'éducation (Roventa-Frumusani, 2009, p. 12 ; Debras, 2003). Et les femmes

journalistes sont minoritaires dans les rubriques considérées comme plus sérieuses telles que la politique, l'économie et les relations internationales. Cette disparité aurait peut-être une influence dans le traitement médiatique de l'information, car seul le regard masculin serait pris en compte dans la réalisation des articles de ces domaines.

1.1.2 Les femmes, sujets d'une couverture médiatique

Les Québécoises et les Françaises ont respectivement obtenu le droit d'exercer un métier sans le consentement de leur mari en 1964, et en 1965, le droit à l'Interruption volontaire de grossesse (IVG) fut voté en 1975 en France et en 1988 au Canada. L'adoption de ces lois sur l'émancipation des femmes et le droit de disposer de leur propre corps au Québec et en France a soutenu l'émergence de sujets médiatiques traitant du statut des femmes dans la société. Les avancées sociales et féministes des mouvements français et québécois de libération et d'autonomisation des femmes ont fait sortir les femmes du silence médiatique dans lequel elles étaient jusqu'alors cantonnées. En participant à la sous-représentation des femmes dans le contenu de l'information, les médias traditionnels concourent et concourent encore à faire croire aux lecteurs que les femmes occupent une place mineure dans l'espace public (Cohen, 1999, p. 37). Cette sous-représentation médiatique des femmes, comme sujets médiatisés ou journalistes, conduit à faire du point de vue masculin le discours médiatique générique (Claveau, 2010, p. 16). Des recherches sur le sujet démontrent déjà que de manière générale, quels que soient les thèmes abordés, les femmes occupent un moindre espace médiatique et public que les hommes, plus souvent mentionnés dans les articles de presse (Roventa-Frumusani, 2009, p. 12). Ainsi, selon une étude menée en 2006 par *The World Association for Christian Communication*, les femmes sont mentionnées dans 20% de l'information mondiale (*Le Monde diplomatique*, 2006). Si les femmes composent un peu moins de 50% de la population

sur Terre (Holzinger, Malécot, Papin et Olivier, 2015), l'actualité semble se faire en grande partie sans elles.

Sur le plan médiatique, certes les femmes sont plus nombreuses qu'auparavant à investir les salles de rédaction des nouvelles, mais elles ne possèdent pas pour autant une grande visibilité dans les articles, que ce soit des chroniques, des reportages ou des portraits (Brun, 2009, p. 109-110 ; Chollet, 2006). Les femmes ne sont pas autant mentionnées que les hommes ; les expertes sont moins citées que leurs homologues masculins, quel que soit le domaine d'activité. Michèle Reiser et Brigitte Grésy dénombrent la présence des expertes dans les médias français à hauteur de 20%, reflétant ainsi que « la légitimité du savoir est masculine » (2011, p. 3). Il est intéressant de comparer ce chiffre à ceux qui présentent la place des femmes dans les différents secteurs économiques et politiques. Cette comparaison permet de vérifier si la couverture médiatique correspond à la réalité de la répartition des genres dans les secteurs professionnels. Ainsi, selon l'INSEE, en 2014 les Françaises représentaient 46% des effectifs féminins des parlementaires européens et le pourcentage des conseillères municipales en France s'élevait à 40,3% (INSEE, 2015). En outre, Jacqueline Laufer a répertorié la place des femmes dans différents postes de la fonction publique en 2005, ce qui contribue à offrir un témoignage de la visibilité des femmes dans la société française :

Ainsi, les femmes ne sont que 7% parmi les cadres dirigeants des entreprises, alors qu'elles constituent 31% des cadres administratifs et commerciaux, et elles n'occupent que 12% des emplois supérieurs de la fonction publique, alors qu'elles sont 54% des cadres et professions supérieures de la fonction publique d'État. Dans les universités françaises, pour l'ensemble des disciplines, on ne compte que 18% des femmes parmi les professeurs, contre 37% parmi les maîtres de conférence. (Laufer, 2005, p. 31)

Au Québec, en 2014, 34 femmes occupaient le poste de députées à l'Assemblée nationale, ce qui constitue 27,2% des députés provinciaux. Il convient de rappeler que ces chiffres sont en baisses par rapport aux élections de septembre 2012, aux termes desquelles 41 femmes avaient été élues à l'Assemblée (Gouvernement du Québec, 2014). En ce qui concerne le domaine de la santé, selon Statistique Canada, les femmes représentaient 53,5% des personnels professionnels des soins de la santé et 93,7% des professionnels en sciences infirmières (Statistique Canada, 2012, p. 91-92). En outre, les femmes représentaient 75,5% des professionnels de bureau ou d'administration, 25% des juges et 39% des avocats et notaires en 2006 (*ibid.*, p. 138 et p. 219). Ainsi, si les femmes sont majoritaires dans certains secteurs économiques, elles ne sont toutefois pas considérées comme des expertes dans leurs domaines, ou du moins n'en sont pas présentées comme telles par les médias.

Dans le cadre de ce mémoire nous nous intéressons aussi bien aux images et représentations transmises par les médias qu'à ce qu'ils ne disent pas. Les messages médiatiques se dénotent aussi bien dans le discours que dans le silence. En omettant de parler de femmes, d'évènements sportifs féminins (Ceulemans et Fauconnier, 1979, p. 39 ; Damian-Gaillard, Frisque et Saitta, 2010, p. 173) ou en n'ayant pas recours à des expertes, les médias en disent long sur la place des femmes, ou sur leur effacement. Pour reprendre le philosophe Jean-Paul Sartre, « le silence est un moment du langage ; se taire ce n'est pas être muet, c'est refuser de parler, donc parler encore » (Sartre, 1964, p. 32). Ainsi, lorsque la presse écrite ne mentionne pas de femmes, elle choisit de marginaliser ou de rendre absentes les femmes, et rend alors invisibles le rôle et la place des femmes dans la société. Le traitement médiatique des femmes est une affaire de parole et d'absence de discours car marginaliser la parole féminine revient à refuser de prendre en compte la perspective, le point de vue de plus de 50% de la population. À l'aide de nos recherches, nous nous attacherons à évaluer et comparer, entre le Québec et la France, le poids des femmes en tant que

sujet médiatiques et à interroger le fait que les hommes sont plus souvent mentionnés dans les articles de presse. Nous étudierons également le contenu journalistique sur le plan des marqueurs linguistiques et du vocabulaire utilisés en fonction du genre des sujets médiatiques. Car si la féminisation du journalisme est aujourd'hui indéniable, il n'en reste pas moins que les représentations que la société se fait des journalistes sont empreintes de références masculines et d'habitudes hérités d'un passé masculin qui n'a pas encore disparu (Byerly et Ross, 2006, p. 78). Nous nous attarderons dans les prochains chapitres sur le contenu des messages journalistiques, tant explicites qu'implicites, car ces messages sont bien souvent différents selon le sexe de la personne évoquée (Sourd, 2003, p. 5). On entend par messages implicites les sous-entendus mais également lorsqu'un article ne fait mention d'aucune femme, ou d'experte, ou se réfère à un homme pour faire le portrait d'une femme.

Cette distinction genrée se retrouve également dans le discours journalistique, qui ne traite pas de la même façon les sujets interrogés et présentés selon s'il s'agit de sujets « féminins » ou « masculins ». Ainsi, on ne posera pas les mêmes questions à une interviewée et à un interviewé (Debras dans Bonnafous, Jouët et Rieffel 2003). Il convient de prendre pour exemple les nombreuses invectives de Ségolène Royal, candidate à la présidentielle française de 2007, à l'adresse des journalistes lorsque les questions semblaient la déranger – adresse qui souligne le traitement différentiel des femmes politiques dans et par les médias : « Vous ne demanderiez pas cela si j'étais un homme ! » (Karlin et al., 2007). On peut également rappeler la question posée par Laurent Fabius à Ségolène Royal lors de cette même campagne électorale « Mais qui va garder les enfants ? » ; ou encore le commentaire de Jean-Luc Mélenchon à l'égard de l'annonce de la candidature de Ségolène Royal à la primaire socialiste de 2005, lors d'une interview sur les ondes de la radio RTL : « La présidence de la République n'est pas un concours de beauté » (Côté, 2014). Ainsi, il semble que les termes employés par les journalistes pour dépeindre une femme ne seront pas les mêmes que

ceux utilisés pour décrire un homme. En outre, les caractéristiques qui sont attribuées aux hommes sont interprétées comme faisant partie de la norme, tandis que celles que l'on attribue aux femmes apparaissent comme un écart aux normes, comme reflétant quelque chose à justifier (Saint-Pierre, 2012, p. 4). Les femmes sont davantage nommées par leurs prénoms que par leur nom de famille, alors que pour les hommes c'est l'inverse ; et les articles portent une attention toute particulière à l'habillement des femmes politiques (Debras, 2003). Pour prendre un exemple récent, à la une du magazine français *L'Express*, pour la semaine du 10 au 16 octobre 2012, on peut apercevoir une photo du président François Hollande, et cinq photos de femmes : Ségolène Royale, son ex-femme et ancienne candidate aux élections présidentielles de 2007 ; Valérie Trieweler, sa compagne à l'époque ; Martine Aubry, ancienne cheffe du Parti Socialiste et maire de Lille ; Cécile Dufflot, à l'époque ministre du Logement ; et Angela Merkel, chancelière allemande. Sous ces photos, une phrase décrivant ces femmes politiques : « Ces femmes qui lui gâchent la vie », « Rivaless, ennemies, fausses alliées... Un président en mal d'autorité ». Ce traitement médiatique de la femme publique favorise l'infantilisation des femmes et décrédibilise leurs idées et compétences puisqu'elles sont alors présentées comme des personnes nuisibles à la carrière et fonction du Président de la République, dans l'exemple de cette couverture de *L'Express*. Certaines recherches mettent en lumière la dualité qui sous-tend la représentation des femmes dans la presse écrite. Les femmes sont décrites par les médias selon leur rôle traditionnel, celui d'une mère, d'une épouse, d'une ménagère ou d'un objet sexuel à posséder (Claveau, 2010, p. 1). Sinon, elles sont présentées comme autonomes, indépendantes, selon le modèle de la superwoman moderne, devant jongler entre carrière et vie privée. Les femmes semblent donc toujours être renvoyées à leur féminité, comme un atout ou un obstacle. En outre, la représentation stéréotypée des femmes dans les médias conduit à offrir une image des femmes comme témoins de la société. Le traitement différentiel médiatique transmet une image des femmes comme passives : elles ne

sont pas des actrices à part entière, elles sont reléguées à des rôles d'assistance et de soutien, au second plan des hommes.

1.1.3 D'une domination masculine à l'intériorisation par les femmes des pratiques inégalitaires ?

Au cours des siècles précédents, les femmes ne possédant pas encore le statut de citoyennes à part entière, les médias étaient entièrement, ou quasiment, masculins (Chaponnière et Ricci Lempen, 1970, p. 115). En effet, le droit de vote des femmes a été adopté en 1940 pour les Québécoises – en 1918 au niveau fédéral – et en 1944 pour les Françaises. Les normes professionnelles du journalisme préexistant à la féminisation de la profession, les pratiques journalistiques et les hiérarchies inhérentes aux médias ont été décidées et imposées sans prendre en compte les femmes journalistes :

Cette hiérarchie de l'information [...] a été créée par des hommes, pour des hommes, à une époque où les femmes étaient rarement journalistes ou même lectrices, époque où elles n'avaient pas le droit de vote non plus. Cette hiérarchie est fondée sur des valeurs et des centres d'intérêts qui ont été longtemps le monopole des hommes. (Barré in Serdjénian, 1997, p. 50)

Alors qu'aujourd'hui, comme on l'a vu, on tend vers une quasi-parité au sein des collaborateurs des journaux et que les lois québécoises et françaises garantissent l'égalité en droit des femmes et des hommes, on remarque que les médias continuent de favoriser un système hégémonique masculin, décrivant « la vie d'un monde sans femme, ou avec peu de femmes » (Eveno, 2003). Certes la lente féminisation des professions journalistiques témoigne d'une discrimination genrée à l'embauche ou dans la gestion des carrières, interdisant l'accès à la parole médiatique et donc publique aux femmes (Cohen, 1999). Mais cette absence de visibilité publique des

femmes journalistes se dénote également à l'égard des experts et intervenants choisis ainsi qu'à l'égard des sujets médiatiques : les pages des journaux présentent peu de sujets mentionnant des femmes, traitant de leur statut dans la société ou offrant le regard d'une femme sur un sujet spécifique. Cette actualité androcentrée fait transparaître la domination masculine dans l'espace public et médiatique, participant donc pleinement des relations de pouvoirs sociales. Les médias renvoient l'image selon laquelle les hommes détiennent la parole, le verbe et la reconnaissance sociale de pouvoir s'établir dans l'espace public. Pour reprendre Éric Macé, « la construction de la réalité du monde se fait toujours du point de vue des groupes sociaux dominants à travers l'emprise de leur vision du monde sur l'orientation des actions, des normes et des identités » (Macé, 2006, p. 21). L'information telle qu'elle est véhiculée par la presse écrite s'ancre dans des relations de pouvoir et répond alors à des logiques hiérarchiques structurelles. En d'autres termes, la réalité est le reflet des points de vue dominants et donc du regard que portent les groupes sociaux qui possèdent les moyens de production et de transmission de l'information : et dans le cas de la presse écrite, les propriétaires des journaux sont majoritairement, si ce n'est exclusivement, des hommes. Le journalisme est lui aussi touché par la division sexuelle du travail, engendrant des discriminations sexuées. Pour Roland Pfefferkorn, la division sexuelle du travail a des effets structurants et sociaux : « objectivement, socialement et matériellement, c'est le travail, c'est-à-dire l'organisation et la division du travail, qui sert de levier à la domination du groupe des hommes sur celui des femmes » (Giraud et Pfefferkorn, 2012, p. 123).

Mais plus encore qu'un modèle de domination masculine, il semble que l'on est passé à un modèle d'une intériorisation des pratiques différenciées de la part des femmes journalistes. Les normes d'écriture journalistique seraient intériorisées par les journalistes au cours de leurs parcours scolaires et professionnels ainsi que par les relations qu'entretiennent les journalistes entre eux et avec leur direction. Le sociologue français Érik Neveu rappelle à ce propos que les mécanismes sociaux de

division de sexe sont intériorisés par les agents sociaux eux-mêmes, et non pas seulement par les institutions médiatiques (Neveu, 2000, p. 200). Ce ne sont plus seulement les journalistes masculins qui participent au maintien de l'invisibilité et de la différence de traitement médiatique des femmes dans la presse écrite, il semblerait que leurs homologues féminins contribuent aux mêmes pratiques discriminantes : « les stéréotypes sont un mal partagé et véhiculé par les hommes comme par les femmes » (Reiser et Grésy, 2008, p. 45). De manière générale, les journalistes ont intégré les pratiques quotidiennes et les contraintes spécifiques à la profession journalistique lors de leur scolarité ou dès leur première entrée dans les salles de rédaction. Ces mêmes normes ont été mises en place par une hiérarchie patriarcale, et renforce ainsi le point de vue dominant, répondant alors à « des critères traditionnellement masculins » (Saint-Pierre, 2012, p. 1). Quel que soit leur genre, les journalistes répondent aux mêmes logiques professionnelles et sociales, ce qui influe sur le traitement de l'information. Ainsi, la production, la transmission et la diffusion de l'information sont régies par les normes des organisations médiatiques, que les journalistes appliquent quel que soit leur genre, ce qui concourt sinon à une normalisation, du moins à une homogénéisation, des pratiques professionnelles (Poussart, 1996, p. 12). Il s'agirait ainsi d'une socialisation secondaire : les écoles et facultés de journalisme ainsi que les salles de rédaction sont autant de lieux de socialisation que l'école, l'État ou encore la religion. Le traitement de l'information s'en trouve alors normalisé puisque les apprentis journalistes intériorisent les mêmes normes professionnelles, ce qui est repris par Séverine Chauvel et Amélie Le Renard (2013, p. 2) :

Notre hypothèse principale est que les pratiques quotidiennes des journalistes, les contraintes spécifiques dans lesquelles elles s'insèrent, ainsi que les normes professionnelles façonnant leur appréciation de ce qu'est un « bon » traitement de l'information, contribuent à amplifier la hiérarchie de genre. (Chauvel et Le Renard, 2013, p. 2)

Les techniques journalistiques de recherche et d'écriture étant fortement standardisées, elles deviennent des habitudes reprises dans l'ensemble des médias. Ainsi, les modèles d'écriture sont repris par les professionnels des médias, ce qui induit une reproduction des stéréotypes (Neveu, 2000, p.190). Ces pratiques normalisées dépassent toute intervention sexiste directe, il s'agit ainsi d'une intériorisation des normes et des codes professionnels, sous-tendus par un traitement différentiel genré repris autant par les journalistes femmes que les journalistes hommes. Les images des individus dépeintes dans les médias sont alors figées et acceptées comme des normes, des mythologies.

1.1.4 Méfiance du lectorat féminin

Il convient de rappeler de prime abord que la presse écrite d'information généraliste connaît depuis plusieurs années une perte de confiance de la part de son lectorat composé essentiellement de jeunes et de femmes (Debras, 1999, p. 67). Les femmes abandonneraient de plus en plus la presse écrite d'information pour se tourner vers les magazines féminins, où elles sont présentes, visibles et non marginalisées (*ibid.*). Toujours selon Sylvie Debras, les femmes se défient de cette presse d'information qui les marginalise et les cantonne dans un statut de majorité silencieuse (*ibid.*). Les magazines féminins sont pourtant décriés par certaines femmes, notamment pour leurs représentations traditionnelles et stéréotypées ; mais il n'en reste pas moins que les femmes sont au cœur de ces titres de papier glacé aussi bien dans le contenu que dans les salles de rédaction (Barette Ouellette, 2012, p. 35). Les femmes rechercheraient dans les titres féminins une information portant sur les femmes et sur le statut social des femmes, une information qui s'adresserait à elles, contrairement à celle véhiculée par la presse écrite d'information générale, qui serait marquée par un certain androcentrisme (Neveu, 2000, p.203 ; Debras, 1999, p.58). Des auteures

comme Béatrice Damian-Gaillard et Eugénie Saitta offrent quelques solutions pour contrer cette crise de la presse écrite. Aux premiers rangs de ces propositions, la féminisation de la profession journalistique, la mise en place d'une égalité et d'une parité au sein de la hiérarchie des salles de rédaction ainsi qu'un effort de visibilité médiatique des femmes : « la commercialisation de l'information favoriserait l'*empowerment* des femmes journalistes » par exemple (Damian-Gaillard et Saitta, 2011). Ainsi, en tentant d'attirer un public plus large, et majoritairement féminin, les médias contribueraient à une nouvelle vague de féminisation de la profession. Les contraintes économiques de la presse seraient donc l'occasion d'améliorer la visibilité des femmes comme journalistes et comme sujets médiatisés.

1.1.5 Enjeu démocratique d'une meilleure représentation dans la presse écrite

La presse écrite, par son rôle de production de messages journalistiques, est un puissant vecteur de représentation. Il convient de rappeler que l'information n'est pas absolue, objective ou préexistante ; elle est fabriquée (Cohen, 1999, p. 119). L'information est donc construite par des journalistes qui appartiennent eux-mêmes à une classe sociale et s'ancrent dans des relations de pouvoir qui leur sont propres. La presse écrite participe à l'établissement de l'opinion publique, la façonnant et l'orientant à travers ses discours journalistiques. Et en affichant le pluralisme des images et des discours existant dans notre société, la presse écrite permet d'édifier un discours journalistique respectant l'équité entre les genres (CDEACF et WomenAction, 2000, p. 81). Car en diffusant des images stéréotypées et en cantonnant des femmes au sein des rédactions à des postes réputés féminins, la presse écrite joue un rôle majeur dans la perpétuation des inégalités genrées et sociales. Pour Jacqueline Laufer, un triptyque sous-tend les inégalités hommes-femmes dans le monde médiatique : la domination des hommes et du masculin, la division sexuelle du travail ainsi que la dévalorisation du féminin au regard du masculin (Laufer, 2001,

p. 61). Le point de vue masculin, point de vue dominant dans nos sociétés contemporaines, diffuse une construction sociale de la réalité du monde, orientant par là même les actions, les normes et les identités des acteurs sociaux (Macé, 2006, p. 21). Rendre invisible la parole féminine et la représentation des femmes dans la presse écrite d'information générale reviendrait à aller à l'encontre des idéaux démocratiques sur lesquels s'est fondée la presse écrite : « la presse est considérée comme devant apporter, à la façon d'un miroir, un reflet juste du réel, ou comme devant se faire l'écho fidèle du monde social qui nous entoure » (Delforce, 1996, p. 22). En France, le journalisme est particulièrement perçu comme un quatrième pouvoir, un contre-pouvoir qui agirait comme un chien de garde de la démocratie ; mais en niant la parole journalistique et médiatique aux femmes, les médias empêcheraient les femmes d'exercer ce contre-pouvoir et de participer ainsi à l'élan démocratique :

La condition féminine est tributaire, entre autres, de la place qu'occupent les femmes et leurs discours dans les médias. Et la présence, les actions et les mots des femmes dans les médias façonnent à leur tour l'espace public. (Brun, 2009, p. 3)

En outre, les femmes qui refusent de lire la presse écrite parce qu'elles ne s'y sentent pas représentées refusent par là même l'accès à l'information et à un outil démocratique et social des plus importants (Charaudeau, 1997, p. 73). Attirer une clientèle féminine participerait donc d'une logique tant démocratique que commerciale, dans cette ère concurrentielle de l'information.

1.2 Questions de recherche

La question de recherche générale de ce mémoire se lit comme suit : quelle est la présence et la représentation des femmes dans la presse écrite québécoise et française d'aujourd'hui, en tant que journalistes et en tant que sujets médiatisés ?

Par ailleurs, il s'agira ici de répondre à deux sous-questions de recherche spécifiques, qui viendront soutenir notre question principale.

Notre première sous-question de recherche spécifique s'énonce comme suit : quelle part les femmes journalistes représentent-elles dans la presse écrite d'information ?

Quant à notre deuxième sous-question de recherche spécifique, elle traite plus particulièrement du traitement médiatique des femmes. Elle est formulée de la manière suivante : quelle place et quel statut sont accordés aux femmes dans les journaux ?

1.3 Hypothèses spécifiques

Deux hypothèses spécifiques sous-tendent ce projet de recherche.

La première hypothèse que nous formulons concerne la place des femmes dans les salles de rédaction, à savoir le nombre d'articles qu'elles publient, leur représentation iconographique ainsi que les rubriques dans lesquelles elles publient leurs articles. Nous supposons ainsi que les femmes journalistes sont moins visibles que les hommes dans la presse écrite d'information générale.

La deuxième hypothèse a trait aux sujets des articles de notre corpus. Ainsi, nous supposons que les femmes sont moins présentes que les hommes au sein des articles

de presse écrite d'information générale en tant que sujets d'une couverture médiatique.

Ces deux hypothèses se vérifieront, ou s'infirmeront, à l'aide des données statistiques offertes par les institutions journalistiques, mais également à travers l'analyse statistique élaborée sur notre corpus d'étude.

1.4 Pertinence communicationnelle

Notre recherche s'attardera sur le média traditionnel qu'est la presse écrite. Malgré l'émergence de nouveaux médias sociaux numériques ces dernières années, la presse écrite a conservé aujourd'hui son statut prédominant, demeurant une référence dans le monde journalistique. La presse écrite continue d'être une référence en termes d'information critique et constructive. Malgré l'apparition des nouveaux médias numériques et leur emprise sur la société, la presse écrite conserve son statut influent sur les autres médias, ce qui est en partie dû à la distance critique et à la mise en perspective de l'information qu'elle présuppose (Robinet et Guérin, 1998 ; Murchison-Morand, 2012, p. 16). Ainsi, si les médias en ligne sont nombreux et connaissent une certaine popularité, la presse écrite demeure un outil d'information notoire. La presse écrite est un haut lieu de médiation et de communication en ce qu'elle permet la constitution d'informations et le partage de savoirs et de représentations communes (Mattelart, 2003). En effet, c'est une communication qui s'établit entre le média et son lectorat. Et le contenu devient le message, le médium entre les deux acteurs sociaux. Cette communication entre les consommateurs de nouvelles, par exemple, et le média en lui-même n'est pas sans enjeu ni conséquence à l'égard des valeurs et de l'identité :

Si les médias découpent symboliquement le réel en métamorphosant les événements en mythes médiatiques et si les individus agissent à partir de ces images plutôt qu'à partir de leur propre expérience, la modalité dans laquelle la presse, la radio, la télé opèrent, devient une question cruciale à une époque de déstructuration/restructuration des valeurs fondamentales (liberté, identité, éthique). Roventa-Frumusani, 2009

Reprenant le concept de la lecture comme acte psychologique, Umberto Eco et d'autres théoriciens littéraires, tels que Roland Barthes et Antoine Compagnon, font

de la lecture un acte communicationnel à part entière par lequel le lecteur reçoit la pensée de l'auteur, en l'occurrence ici la ligne éditoriale (Compagnon, 2001, p. 156 ; Eco, 1985, p. 75). Il convient de noter que la théorie de la réception littéraire d'Antoine Compagnon et d'Umberto Eco qui présente la lecture comme acte psychologique actif est parfaitement adéquate dans le champ d'étude communicationnel puisque la consommation médiatique s'élabore de la même manière : que ce soit en écoutant la radio, en regardant la télévision, ou encore en lisant la presse écrite, le consommateur médiatique entre en relation avec une autre pensée, une pensée créative qui n'est autre que celle de l'auteur du message médiatique.

1.4.1 La presse écrite, cet agent socialisateur particulier

En transmettant des messages, des images et des informations, les médias produisent des valeurs et apparaissent comme le reflet de la société. Ils diffusent l'information, ils véhiculent le savoir mais aussi des stéréotypes (Serdjénian, 1997, p. 22). La presse écrite est donc un miroir social que les journalistes promèneraient le long d'un chemin, pour reprendre les termes de Stendhal à propos du roman, dans *Le Rouge et le Noir*, publié en 1830. Mais ce miroir est déformant puisqu'il est orienté et imposé par des journalistes et un modèle institutionnel spécifiques (Beauchamp, 1987, p. 168). Le discours journalistique est performatif : il exerce une certaine influence sur les individus en ce qu'il leur offre un regard sur le monde et son actualité, regard accepté par tous comme vrai. La presse écrite véhicule des représentations collectives (Amossy et Herschberg Pierrot, 2005, p. 110), à partir desquelles se forment l'opinion publique et l'information, constituant alors un imaginaire collectif et partagé (Jamet et Jannet, 2000, p. 3). Cette rhétorique journalistique s'apparente ainsi à une doxa qui s'articule à des pratiques sociales spécifiques, déterminant l'identité des individus (Bertini, 2007, p. 7). Et en tant qu'agents de socialisation et miroirs de nos sociétés,

les médias sont traversés au premier chef par les changements sociaux qui touchent la société et ses différents acteurs. Les journalistes ne dépeignent pas seulement le monde qui les entoure, ils créent aussi du lien social ainsi qu'une culture commune et partagée par les différents acteurs politiques, sociaux, économiques et culturels (Julliard, 2009). Il convient de noter que la presse écrite, et plus largement la culture, n'est pas un simple agent socialisateur. Elle est également traversée par des tensions entre des forces inégales cherchant à soumettre ou à résister, mécanismes qui sont notamment genrés et sociaux (Grossberg, 2003, p. 43). La presse écrite est aujourd'hui encore un indicateur de la visibilité d'un événement, de son importance et de sa légitimité. C'est ce qui amène certains auteurs à noter qu'« en omettant ou en favorisant certains faits, certains événements, en pouvant même aller jusqu'à les créer, les médias les font exister ou, au contraire, en contrarient l'émergence » (Souchard, 1998, p. 40 cité par Adam, 1997, p. 9). C'est ainsi qu'en mentionnant ou non des femmes au sein de leur contenu, la presse écrite, comme tout média, participe d'une communication genrée particulière. Et en choisissant de présenter une information qui dépeint autant les femmes que les hommes et de manière non stéréotypée, les médias, et en particulier la presse écrite, participeraient à la promotion d'un enjeu démocratique dont ils se disent garants. La différenciation sexuelle dans les salles de rédaction françaises et québécoises s'insère dans un processus global d'inégalités sociales, rapportées dans tous les domaines économiques et politiques.

1.4.2 Pertinence scientifique

Depuis les années 1960, en France comme au Québec, les recherches concernant la problématique des femmes dans la société se multiplient. Les premières réflexions des analystes féministes de 1968, se situant dans la lignée de Simone de Beauvoir, ont induit un intérêt de recherche spécifique pour les publications écrites par les femmes

ou adressées aux femmes. Depuis, de nombreuses recherches ont porté sur le rôle des femmes dans la transmission de l'actualité, sur la représentation médiatique des femmes, la place des femmes dans l'espace public ou médiatique. Nous nous baserons sur ces analyses antérieures et profiterons ainsi des conclusions tirées par d'autres chercheur-e-s. En comparant deux pays, par le choix d'un corpus français et québécois, nous ferons avancer la recherche sur le mode comparatif tout en actualisant ce phénomène. Il s'agit ainsi de constituer une nouvelle base documentaire pour cet objet de recherche dans le monde francophone. Il s'agira, dans ce mémoire, de comparer ces deux presses francophones, et d'examiner s'il y a une différence de visibilité et de traitement médiatique des femmes entre la France et le Québec. A notre connaissance, aucune analyse ne compare les publications françaises et québécoises, ce qui rend d'autant plus pertinente notre analyse (Poussart, 1996, p. 1). En effet, cette recherche a pour objectif de combler une lacune dans les connaissances, qui est observée dans les recherches antérieures depuis quelques années. Ce présent mémoire se distingue donc des recherches présentées antérieurement pour ce qui est du corpus retenu et sa nature francophone. Le monde intellectuel québécois, contrairement au champ universitaire français, offre en effet une visibilité accrue des études sur les genres, et ce plus particulièrement en ce qui concerne les études médiatiques. Le Québec a su produire de nombreuses recherches en études féministes, ce qui permet de prendre conscience plus largement de l'apport des recherches des *cultural studies* dans la recherche francophone. Par ailleurs, ces dernières portent bien souvent sur la presse télévisuelle ou les magazines féminins, où le visuel et l'esthétique des corps sont très présents (Julliard, 2009). En ce qu'il porte sur la presse d'information générale où la visibilité médiatique, notre projet se dénote certes par quelques photographies, mais plus encore par les mots et par les signatures de journalistes. Notre recherche vise à comprendre une situation particulière, à savoir le statut et le rôle des femmes dans la presse écrite. A travers le corpus retenu, nous chercherons à analyser l'image des femmes que les médias diffusent, afin d'observer

les médias français et québécois sous l'angle du traitement journalistique différencié selon le sexe.

CHAPITRE II

LE DISCOURS JOURNALISTIQUE ET LE GENRE

Dans ce deuxième chapitre, nous décrivons le cadre théorique qui sous-tend notre réflexion. C'est à partir du modèle de la recherche féministe, l'apport des *gender studies* dans notre démarche et les rapports qu'entretient le genre avec la langue, que nous abordons le discours journalistique comme traversé par des rapports de pouvoir qui influent non seulement sur notre conception du monde mais également sur la représentation des femmes dans nos sociétés. Étudier le discours journalistique vise à comprendre en quoi la structuration du champ journalistique et les caractéristiques particulières de la parole médiatique participent aux représentations normées de la réalité sociale, plus spécifiquement en ce qui concerne les identités genrées et les rapports de force. Ce mémoire part du constat d'un traitement différenciel entre les genres dans l'espace médiatique, notamment en ce qui concerne les femmes à hautes responsabilités. Finalement, après avoir présenté ces concepts et établi les liens nécessaires entre eux, nous expliquerons les hypothèses de recherche qui guident notre démarche.

2.1.1 La recherche féministe

Né au début du XXe siècle en Grande-Bretagne et aux États-Unis, le féminisme est un mouvement et un courant de pensée œuvrant pour l'égalité économique, sociale et politique des sexes. Le mouvement féministe a par la suite évolué, tout d'abord avec le mouvement suffragiste qui visait une émancipation politique des femmes puis avec les événements sociaux du printemps 1968 œuvrant pour l'émancipation des femmes à travers la libéralisation sexuelle du corps de la femme (Coulomb-Gully, 2009). La recherche féministe se constitue comme projet sociopolitique, non seulement parce que son émergence a été sous-tendue par des mouvements sociaux – libération et

autonomisation des femmes –, mais également parce qu'elle se fixe un objectif sociopolitique, celui de combattre la domination masculine, qu'elle soit institutionnelle, symbolique ou juridique (Chaponnière et Ricci Lempen, 1970, p. 9). Ainsi, toute recherche féministe vise à l'amélioration du statut social des femmes, notamment en analysant et observant les femmes. Si notre mémoire s'inscrit dans une approche communicationnelle et médiatique, il est fortement influencé par les études féministes, notamment en ce qui concerne ses notions conceptuelles et sa méthodologie.

À partir des années 1960, soutenues par le Printemps des Peuples en Europe et prenant appui sur *Le Deuxième Sexe* de Simone de Beauvoir (1947), de nombreuses recherches interdisciplinaires visent à analyser le statut et le rôle des femmes. Il s'agit alors d'étudier et d'observer un genre marginalisé, des individus souvent délaissés par les principales disciplines et champs de recherche. Ces recherches ont pour objectif de mettre « en évidence la place des rapports sociaux de sexe et de la division sexuelle du travail dans la production et la reproduction des inégalités entre hommes et femmes dans la famille comme dans la sphère professionnelle » (Laufer dans Laufer, Marry et Maruani, 2001, p. 57). Ces études analysent entre autres les sphères d'activités et de pouvoirs tant politiques, économiques, financières que médiatiques afin d'observer le rôle et la place des femmes au sein de ces sphères décisionnelles. L'espace médiatique fait partie de ces sphères décisionnelles qu'il convient d'analyser à l'égard d'une éventuelle reproduction des idéologies patriarcales et des inégalités sociales et genrées. Les recherches portant sur la problématique des femmes et des médias furent traversées par une certaine tension entre le savoir constitué dans le cadre des recherches féministes et les relations des chercheurs-es avec les institutions académiques. Ne faisant pas encore partie des programmes de recherches institutionnelles et académiques, cette problématique demeura longtemps en marge des recherches scientifiques. En effet, selon Michèle Mattelart, il a fallu

attendre la fondation du *Center of Contemporary Cultural Studies* de l'Université de Birmingham, en 1964, pour que la problématique de la relation entre la condition des femmes et les médias connaisse une attention particulière et soit reconnue comme un champ de recherche universitaire et scientifique à part entière (Mattelart, 2003). La recherche féministe s'est appuyée sur les *cultural studies* pour faire sortir de l'ombre universitaire les études sur les marginaux à savoir les *women's studies*, les *punks studies* ou encore les *queer studies*. Les *cultural studies* visent ainsi à analyser les pratiques culturelles quotidiennes et les relations de pouvoir qui les traversent :

Les Cultural Studies décrivent la manière dont les vies quotidiennes des gens sont articulées par et avec la culture. Elles étudient comment les gens sont dotés ou privés de pouvoir par les structures et les forces particulières qui organisent leurs vies quotidiennes selon des modalités contradictoires et comment leurs vies (quotidiennes) sont elles-mêmes articulées à et par les trajectoires du pouvoir économique et politique. (Grossberg, 2003, p. 43-44)

L'approche féministe a été théorisée par des auteures comme Michelle Ollivier et Manon Tremblay, qui soulignent la capacité de la recherche féministe à viser le changement de l'évolution des mœurs de la société ainsi que dans le regard des universitaires. Selon ces mêmes chercheuses, la recherche dite féministe « exige non seulement la reconnaissance des femmes comme sujet historique et social, mais surtout la reconnaissance des rapports sociaux de sexe comme facteur de division et de hiérarchisation dans l'ensemble de la vie sociale » (Ollivier et Tremblay, 2000). Notre recherche tentera quant à elle de participer pleinement de cette prise de conscience à l'égard de la sous-représentation des femmes dans nos sociétés et du traitement médiatique différencié. Nous chercherons à comprendre le traitement médiatique des femmes et à voir comment la presse écrite représente le rôle des femmes dans la société. Selon Laure Ortiz, les recherches en études féministes et

celles qui portent sur les femmes comme sujets d'une histoire politique ou d'une recherche scientifique, visent à rendre les femmes visibles, tentant de les restituer au cœur de l'histoire et de la société (Ortiz dans Corradin et Martin, 1999, p. 22). Cette volonté de sortir les femmes de la sphère privée en leur offrant un espace où parler ainsi qu'où être représentée est une notion fondamentale des courants féministes. Le féminisme qui œuvre à parler des femmes et de leur statut social vise ainsi à faire entrer les femmes dans l'espace public, à les intégrer au débat public (Perrot, 1998, p. 264-265). C'est en dressant le tableau du statut des femmes et de leur rôle dans la société que la recherche féministe parvient à leur offrir un espace, leur permettant donc d'entrer sur la scène médiatique et publique.

2.1.2 Le genre et la construction sociale

Au cours de notre recherche, nous analyserons le genre féminin, son rôle et son statut au sein de la presse écrite. Nous entendons par « genre » le concept, utilisé par les sciences sociales, qui désigne et présente les différences non biologiques entre les femmes et les hommes (Fleury-Vilatte et Walter, 2005). Il convient de rappeler que le genre n'est pas prédéterminé ni préconstruit ; il est en perpétuel changement, en constante construction. C'est ce que l'on entend par la célèbre formule de Simone de Beauvoir, dans *Le Deuxième Sexe*, « on ne naît pas femme, on le devient » (De Beauvoir, 1986b, t. II p. 13). Le genre est une construction sociale, historique et culturelle des rapports qui dominant les relations entre les sexes (Coulomb-Gully, 2011, p. 39 ; Julliard, 2009). Les genres, féminin et masculin, ne sont pas une entité fixe et stable dans l'espace spatiotemporel, c'est une construction sociale – construction réalisée au moyen d'un processus que l'on peut par ailleurs nommer socialisation. Ce sont des instances sociales comme l'école, la famille, l'État et la religion qui contribuent à la socialisation – entendue comme processus interactif (Guionnet et Neveu, 2004). L'on distingue la socialisation primaire – établie par la

famille – de la socialisation secondaire qui se construit par l'école, les groupes de pairs, les groupes professionnels, etc. Les médias aussi participent pleinement de cette construction identitaire sexuée en tant qu'agents socialisateurs :

Les représentations que les médias génèrent constituent un mode de connaissance mais contribuent dans le même temps à l'élaboration des identités individuelles et sociales, à la diffusion de normes, conduites et valeurs. (Reiser et Grésy, 2008, p. 11)

Le concept de genre favorisant la construction identitaire des individus, comme êtres sexués et sociaux, place ces derniers « à l'écart des assignations héritées du patriarcat et qui alimentent la domination masculine » (Coulomb-Gully, 2009, p. 149). Il s'agit donc de sortir des acceptations initiales du concept de genre comme simple donnée ou critère d'analyse pour se concentrer sur une construction sociale qui entraîne chez les individus des rapports sociaux de domination et de résistance. Cette identité genrée est construite dans un rapport entre le Même et l'Autre, entre ce que nous sommes et cet autre que nous ne sommes pas (Dubar, 2007, p. 55). Ainsi, le genre féminin est un genre qui se construit en partie en opposition au genre masculin, par ce qu'il n'est pas. Et les industries médiatiques font souvent le relais d'une vision traditionnelle du masculin et du féminin. Les hommes et les femmes sont représentés dans les médias par des images, qui parfois révèlent toute la disparité des genres.

Nous envisagerons les industries informationnelles telles que la presse écrite comme un système complexe reproduisant les inégalités sociales entre les femmes et les hommes. Peter Dahlgren démontre ainsi que les médias font partie de l'espace public, et qu'ils le construisent notamment en diffusant les éléments d'une culture commune (Dahlgren, 2000, p. 159). Nous voyons le monde à travers les médias, qui ne nous offrent pas un reflet pur mais bien une représentation, une imitation subjective du réel. En outre, le monde qui nous entoure est le produit d'une construction effectuée

par les relations de pouvoir qui organisent le discours journalistique (Grossberg, 2003, p. 44). En ce sens, les médias s'insèrent dans des rapports de pouvoir, des relations de domination qui établissent des représentations des individus, des groupes. Ces représentations ne sont pas non plus fixes, elles évoluent au fil du temps et au gré des mouvements sociaux. Ainsi, s'ils ne produisent pas le changement social, les médias tendent à l'accompagner et parfois à soutenir son accélération : « ils contribuent à la construction de notre réalité et renforcent la réalité de ce qu'ils montrent et occultent davantage encore celle qu'ils minorent » (Coulomb-Gully, 2011, p. 10). Les pratiques discursives journalistiques créent des représentations genrées qui seront par la suite intériorisées par les agents sociaux :

La représentation de la femme à travers les médias résulte en dernière analyse de l'interaction des forces qui façonnent la réalité sociale, et les médias sont l'une de ces forces : ils engendrent des systèmes de messages et des symboles qui donnent naissance ou forme aux images prédominantes de la réalité sociale, et influent de ce fait sur l'évolution sociale. (Ceulemans et Fauconnier, 1979, p. 7)

Il s'agira ici plus particulièrement de comprendre les choix et les enjeux de quatre médias français et québécois quant à la place qu'y occupent les femmes et à la représentation qui en est proposée. Nous entendons ainsi analyser un phénomène précis et restreint mais nous espérons que la contribution de notre recherche pourra aider à une meilleure compréhension de la problématique des femmes et des médias : « Appréhender le média comme un système de représentation, c'est se poser des questions de lecture culturelle et de lutte culturelle pour la création des modes alternatifs de narration, de production et de distribution de l'image » (Mattelart, 2003). Dans le cadre de notre recherche, nous prenons pour appui les théories féministes de la construction sociale et identitaire des genres. Cette notion de construction genrée s'établit à travers les traces discursives et linguistiques de la presse écrite, témoignant d'un rapport différentiel entre le masculin et le féminin.

Pour Roland Pfefferkorn, les rapports sociaux sont également affaire d'organisation du travail. La division du travail, tel que le travail journalistique, induit des rapports de pouvoir qui sont le reflet des rapports de force présents dans la société : « c'est le travail, c'est-à-dire, l'organisation et la division du travail, qui sert de levier à la domination du groupe des hommes sur celui des femmes » (Pfefferkorn et Giraud, 2012, p. 118). Qu'elles soient québécoises ou françaises, les différentes études sur les genres ont participé grandement au renouvellement conceptuel du statut du genre (Irigaray, 1990, p. 9). Dorénavant, le genre est considéré comme un agent social structurant le réel et ses différentes composantes.

2.1.3 Les *gender studies*

Dans le cadre de notre mémoire, nous nous inspirons à reprendre des théories provenant des *gender studies*. Nous empruntons ce domaine d'études qui appartient aux *cultural studies* dans le but d'analyser le phénomène contemporain du statut et du traitement médiatique des femmes. Ce domaine de recherche a la particularité d'emprunter des références et des théories provenant de nombreuses disciplines. Les *gender studies* traversent ainsi des disciplines telles que la communication, la sociologie, l'histoire ou encore la politique :

L'approche interdisciplinaire permet d'appréhender les représentations médiatiques comme autant de propositions de sens qui résultent d'interrogations plurielles, historiquement et socialement situées, tout en accordant une grande attention à la dimension matérielle de leur inscription. (Julliard, 2009)

Les recherches en études féministes offrent une vision d'un monde ancré dans des rapports sociaux complexes. La société y est représentée comme lieu de production du pouvoir, elle contribue par ailleurs à son maintien ou à sa perte en établissant des

normes, des lois et des valeurs partagées par la doxa ou s'insérant dans un phénomène de lutte (Bertini, 2009, p. 164). Jusqu'à présent, le traitement médiatique des femmes ainsi que leur place dans les publications françaises et québécoises relèvent d'un domaine de recherche relativement peu exploré, particulièrement en France (Julliard, 2009 ; Bertini, 2009, p. 156). En 2002, un document préparatoire pour le programme français pluriformation « Genre, Science et Société » soulignait le manque de visibilité des recherches féministes et des *gender studies* :

Alors qu'on assiste actuellement à la multiplication des débats, des enseignements, des études et des publications sur les femmes, la différence des sexes, les rapports sociaux entre hommes et femmes et leurs représentations en France, ce développement est encore peu visible en raison du faible nombre de départements, instituts ou centres universitaires d'études sur les femmes et/ou féministes et reste atomisé (cité dans Mattelart, 2003)

En effet, les *gender studies* sont un domaine d'études à part entière dans la recherche universitaire québécoise, mais restent aujourd'hui encore limitées en France (Julliard, 2009), s'inscrivant parfois au sein de programmes de cours intitulés « Éducation, Genre et Société » comme c'est le cas à l'Université Paris IV Sorbonne en France¹. Les recherches en études médiatiques se concentrent ainsi sur la production, la réception ou encore l'organisation communicationnelle. Mais elles ne prennent pas en considération, sinon très superficiellement, la question du genre (Julliard, 2009). Si les *gender studies* ont acquis leurs lettres de noblesse au Québec, on dénote des lacunes pour ce qui est des recherches portant sur les femmes productrices de l'information quotidienne (Poussart, 1996, p. 1). La chercheuse en cybernétique Michèle Mattelart dénonce l'absence en France d'un champ universitaire ou d'un institut spécifique aux femmes dans la recherche sur les sciences de l'information et de la communication, soulignant « une singulière carence d'études, un manque de

¹ Cours offerts dans le programme d'histoire contemporaine à l'Université Paris IV Sorbonne, en France pour l'année 2013-2014.

corpus consistant, dialogique, contradictoire, dans ce domaine précis des médias » (Mattelart, 2003). Ce retard français peut s'expliquer par le contexte sociopolitique de la recherche universitaire française (Bertini, 2009, p. 156). En effet, en France, c'est à partir de 2001, à l'occasion de la loi sur la parité sous le gouvernement du premier ministre socialiste Lionel Jospin, que la recherche universitaire a exprimé un intérêt pour la place des femmes dans la société occidentale (Julliard, 2012, p. 17). Par la suite, si les recherches communicationnelles françaises et québécoises ont porté une attention particulière à la presse féminine, les recherches concernant la place des femmes dans la presse d'information généraliste demeurent rares. À partir des concepts et théories des *gender studies* portant sur la presse féminine ou sur la place des femmes dans la société, nous pourrions observer un phénomène contemporain peu exploré par la recherche : la place et la représentation des femmes dans la presse écrite d'actualité, tant comme productrices de l'information et comme sujets de la couverture médiatique. Ce phénomène est notamment visible dans l'utilisation de la langue, dans les discours médiatiques véhiculés sur les femmes, qui laissent une empreinte sur les individus sociaux.

2.1.4 La langue et le genre

Les traces discursives et linguistiques ont un impact sur notre société, entre autres parce qu'elles sont le reflet de notre réalité, rendant apparentes, ou au contraire gommant, les relations de pouvoir, notamment entre les sexes. Une pionnière en recherche sur le genre en France, Luce Irigaray démontre que la marque grammaticale du féminin dans un discours n'est pas anodine : puisque le féminin n'est pas un genre considéré comme universel ou neutre, la féminisation du discours (ou sa non-féminisation) laisse transparaître les rapports de force sexués. Le féminin n'est pas un genre différent ou autre, mais bien ce deuxième genre qui est d'ordinaire considéré de manière négative. Cela amène Luce Irigaray à nommer le genre féminin

comme le « non-masculin, c'est-à-dire une réalité abstraite, inexistante » (Irigaray, 1990, p. 23). La féminisation de la langue fut remise en question de nombreuses fois, résistance qui traduit une volonté de conserver le statu quo. L'on pense ainsi aux noms de certains métiers dont l'Académie française n'a pas encore féminisé le terme, tels que le métier d'auteur (Yaguello, 1989, p. 31), celui de chirurgien ou encore de médecin. Cela dit, l'on peut noter une différence entre le traitement français et le traitement québécois de ces termes puisque là où le français garde la terminaison masculine pour désigner une femme député ou chercheur, en disant « Madame le député », le québécois préfère employer les termes sous leur forme féminisée, distinguant ainsi nettement le masculin du féminin dans cette fonction politique électorale, ce qui n'est pas sans produire une signification symbolique (Bamberger, 2012, p. 77). Comme le souligne Pierre Bourdieu : « la force de l'ordre masculin se voit au fait qu'il se passe de justification : la vision androcentrique s'impose comme neutre et n'a pas besoin de s'énoncer dans un discours visant à la légitimer » (1998, p. 15). En d'autres termes, le masculin est un genre – en particulier grammatical – reconnu comme légitime et universel. Il semble s'insérer au-dessus des simples rapports de force, s'établissant comme pouvoir symbolique et social, contrairement au genre grammatical féminin :

Si je veux me définir je suis obligée d'abord de déclarer : « Je suis une femme » ; cette vérité constitue le fond sur lequel s'enlèvera toute autre affirmation. Un homme ne commence jamais par se poser comme un individu d'un certain sexe : qu'il soit homme, cela va de soi. (De Beauvoir, 1949, p16)

Cette dévalorisation du féminin se dénote également par la transposition du genre masculin comme universel et dominant dans la grammaire et la syntaxe de la langue française. En effet, le neutre et l'impersonnel sont tous deux exprimés avec les mêmes formes que le masculin dans la langue française.

La langue produit du lien social mais également un sens symbolique. Le monde a un sens par le langage. La langue est donc porteuse de sens, reproduisant les modèles dominants et les schémas normés et normatifs. En produisant des stéréotypes, les discours favorisent une représentation schématique non représentative. Ils contribuent alors en grande partie à engendrer des préjugés qui peuvent être acceptés par tous comme une norme. Ces stéréotypes et préjugés sont tout aussi présents dans les images que dans la langue et les discours (Chabrol dans Boyer, 2007). La langue participe pleinement des structures genrées et du modèle patriarcal, ce que Michèle Mattelart postule comme un jeu entre les individus sociaux et les structures institutionnelles, telles que les médias :

Un jeu de va-et-vient où interviennent des sujets traversés certes par les significations attachées au genre par le système de représentation dominant, dans une formation discursive donnée, mais où interviennent aussi des acteurs socialement situés, qui ont un vécu, une pratique, qui commentent par le geste et le langage la différence des sexes et les rapports de domination. (Mattelart, 2003)

Le langage introduit donc des représentations sociales et politiques, contribuant ainsi à transmettre du savoir. Ce savoir est construit et reflète les rapports de force et les points de vue dominants. En tant que langage, les nouvelles journalistiques sont également construites et reprennent les représentations sociales : « *Both selection and transformation are guided by reference, generally unconscious, to ideas and beliefs* » (Fowler, 2013, p. 2). Les nouvelles sont sélectionnées, produites et transmises dans un contexte social, politique et économique particulier qui explique alors le sens produit et transmis au public.

2.2 Le discours journalistique

2.2.1 Le discours journalistique et les rapports de pouvoir

Kate Millett définissait le système patriarcal comme une politique et une idéologie sexuelle instaurant un « rapport de domination et de subordination » entre les femmes et les hommes (1983). On entend par rapports de force les relations entre les individus qui sont régies par des rapports de hiérarchie et de domination. Le discours journalistique n'échappe pas aux contraintes sociopolitiques du langage. Il est traversé par des idéologies et des courants de pensée dominants produits tant par les journalistes que par leur rédaction et leur direction. Dès son origine, la presse écrite fut conçue, produite et dirigée par des hommes : les femmes ne sont apparues que tardivement dans la presse. Cette féminisation de la profession s'est heurtée aux rapports de force qui sous-tendaient le milieu journalistique depuis ses origines :

La domination désigne toute forme d'exercice du pouvoir qui existe dès que et pour autant qu'on la reconnaît comme telle, dans un espace donné, conduisant à un jugement de légitimité de soumission ou de contestation. Elle peut être associée à la force ou au droit, à la détention de ressources économiques et culturelles. (Maruani, 2005, p. 67)

Dans le cadre de ce mémoire, nous nous appuyons sur le philosophe Michel Foucault et son analyse discursive comme miroir de la réalité et des rapports de pouvoir. Nous adoptons la définition foucaldienne du pouvoir en tant que rapport de forces complexes – rapport présent partout car provenant de partout (Härmälä, 2014, p. 11). Selon le philosophe français, les rapports de force ne s'exercent pas uniquement au sein des instances politiques et économiques. Pour Michel Foucault, le pouvoir se dénote certes dans un pouvoir global souverain mais plus encore dans le quotidien

(Brassard Desjardins, 2000, p. 34). Le pouvoir serait donc corolaire des relations entre les individus. Le pouvoir traverse la vie quotidienne des individus, jusqu'à s'ancrer dans les messages discursifs véhiculés aussi bien dans des relations interpersonnelles que par les médias : « Le pouvoir est quelque chose qui opère à travers le discours, puisque le discours est lui-même un élément dans un dispositif stratégique de relations de pouvoir » (Foucault, 1978, p. 465). Michel Foucault souligne ainsi le caractère omniprésent de ces rapports, que l'on étudiera ici dans le domaine médiatique (Foucault, 1971 et 1978, p. 469). Ces rapports de domination s'opèrent à travers les « micro-pouvoirs ». Le propre du pouvoir apparaît être ainsi de se retrouver à chaque niveau de la société, au sein même des individus : personne ne peut échapper au pouvoir. Il s'exerce continuellement sur les individus, sa surveillance est omniprésente. Le langage est un des canaux du pouvoir : « C'est bien dans le discours que pouvoir et savoir viennent s'articuler » (Foucault, 1976, p. 133). Fait social non statique, le langage reflète les structures du pouvoir qui sont inhérentes à toute interaction sociale. Le discours journalistique est à la fois l'instrument dans lequel le pouvoir vient s'articuler et son effet (Härmälä, 2014, p. 30). L'ordre du discours est alors considéré comme reflétant l'ordre symbolique du réel, faisant du langage un élément central de la vie sociale. Il s'agira au cours de ce mémoire de comprendre dans quelle mesure les mots influencent et délimitent les conceptions que l'on se fait de notre monde, des autres et de nous-mêmes, comment les discours journalistiques parviennent à figer dans la sphère publique l'image des femmes comme unique et universelle.

Le philosophe français souligne également le caractère performatif des pratiques linguistiques, la langue contribuant à la construction de la réalité (Keller, 2007, p. 293). Cette théorie est reprise par le sociologue Pierre Bourdieu dans son œuvre *Ce que parler veut dire* : « en structurant la perception que les agents sociaux ont du monde social, la nomination contribue à faire la structure de ce monde et d'autant

plus profondément qu'elle est plus largement reconnue, c'est-à-dire autorisée » (1982, p. 99). Les rapports de pouvoir déterminent en grande partie ce qui sera un discours accepté par tous comme légitime. En effet, selon Pierre Bourdieu, les mots détiennent en eux-mêmes un pouvoir symbolique. La langue entraîne alors des relations de domination qui sont semblables à celles qui régissent les classes sociales et les rapports entre les sexes : « ce qui fait le pouvoir des mots et des mots d'ordre, pouvoir de maintenir l'ordre ou de le subvertir, c'est la croyance dans la légitimité des mots et de celui qui les prononce » (Bourdieu, 2001, p. 210). Les identités sociales ainsi que les rôles sociaux des individus sont mis en scène et déterminés au sein des discours. Et les mécanismes de pouvoir et de domination s'opèrent dans et par le langage, alors considérés comme un micro-pouvoirs. Ces micro-pouvoirs foucaaldiens contribuent à établir les structures mêmes du macro-pouvoir. Ainsi, les échanges linguistiques entre les agents sociaux participent du maintien et du renforcement du pouvoir symbolique ainsi que des rapports de dominants et dominés qui en sont sous-tendus (Bourdieu, 2001, p. 59-60). Cette perpétuation des rapports de force est également rendue possible par la parole médiatique et publique qui apparaît dans l'espace social.

Le discours correspond aux implications sociales, historiques, psychologiques de la langue (Maingueneau, 1991). Le discours journalistique se fait le miroir des rapports de force, il les (re)produit également, contribuant par là même au renforcement de la violence symbolique envers les femmes. La presse écrite, en reproduisant les rapports de forces participe donc à la domination masculine. Les individus se forment leur opinion sur le monde et sur les personnes qui les entourent en grande partie à travers les médias de masse qu'ils consomment. C'est donc en consommant des médias que le lecteur et la lectrice se construisent une image du monde mais aussi des hommes et des femmes qui forment leur société. Nous avons vu auparavant que la féminité n'est pas donnée telle quelle, mais acquise au cours de la vie de l'individu, tout comme la

masculinité. La féminité est codée par des gestes, des postures, des vêtements qui sont principalement représentés par les médias : « Le langage journalistique, et à travers lui les stratégies discursives qu'il mobilise, fait donc fond sur un imaginaire sociodiscursif qui s'avère particulièrement contraignant pour les femmes » (Bertini, 2007, p. 21). Les représentations médiatiques des femmes sont donc une construction, un point de vue situé mais qui se donne comme naturel. La presse écrite se trouve être responsable de l'image des femmes dans la société en ce qu'elle en véhicule une représentation admise comme objective et naturelle. Cette représentation normée et prescriptive peut être changée, critiquée et renversée. Les discours dominants sont traversés par des discours de contre-pouvoir. En analysant les discours journalistiques et leur responsabilité dans la rediffusion des stéréotypes genrés, nous participons déjà à la critique des discours normatifs. Pour Michel Foucault, le pouvoir ne peut s'établir sans résistance qui permet de transformer son fonctionnement (Härmälä, 2014, p. 2). En d'autres termes, on ne peut changer la société qu'à la condition de changer les micro-pouvoirs selon la logique foucaldienne. Les théories de la lutte des classes sociales soulignent la capacité que les classes sociales populaires ont à résister aux messages véhiculés par les classes sociales supérieures : ainsi le pouvoir global est sous-tendu par la résistance. Les contre-pouvoirs maintiennent la société en place en offrant un regard critique et distancié du macro-pouvoir. Dans la même optique, les femmes détiennent une capacité à résister aux messages stéréotypés et au traitement médiatique différencié que publient les médias. C'est donc en ciblant les messages médiatiques et le traitement différencié qu'ils produisent que l'on peut aborder le changement plus global du rôle des femmes dans la société et du traitement qui leur est fait par les individus et les différentes sphères de pouvoir.

2.2.2 L'influence de la rhétorique journalistique

Les individus acquièrent le savoir certes par l'éducation qu'ils reçoivent, mais la consommation des médias leur véhicule également une information constituant un savoir à part entière. Les médias dépeignent le monde, et en ce sens ils façonnent l'image que les individus se font de la société (Cadoux, 2013, p. 11) :

[Les médias] sont des acteurs clés dans la construction des grilles de lecture qui nous permettent de saisir notre environnement, et ils participent à l'élaboration des imaginaires collectifs, tout en interagissant avec les valeurs et les schémas de pensées de leurs publics. Parmi ces schémas de pensée se trouve la perception de la féminité et de la masculinité. (ibid.)

En outre, selon Patrick Charaudeau, le discours journalistique se distingue des autres discours – tels que le discours politique – dans la mesure où il balance entre la captation favorisant une fidélisation du public (ce qui permet à tout organe de presse de survivre dans un marché concurrentiel de l'information) et la crédibilité qui justifierait sa place dans la formation de l'opinion publique, dans une logique éthique :

L'objectivité absolue ; la pureté de cristal, cela n'existe pas. Tout est choix dans ce métier [le journalisme] – et qui peut prétendre ne faire de choix qu'objectifs et indiscutables ? Mettre une nouvelle en tête d'un journal télévisé, d'un bulletin de radio ou sur trois colonnes en première page d'un journal ; commenter telle affaire et pas telle autre, renoncer à telle dépêche, parce qu'on ne peut pas tout dire et tout imprimer, pour publier telle autre [...], nommer telle marque, tels produits, telle personne et ne pas retenir d'autres noms ou indications [...]. À chaque instant, quel que soit le journal, sa formule, sa tendance s'il y en a une, son objet, il faut choisir et donc manquer à l'impossible objectivité (Viansson-Ponté in Kerbrat-Orecchioni, 1997[1980], p. 122, cité par Claveau, 2010, p. 113).

Le discours médiatique favorise non seulement la construction d'une opinion publique mais également celle d'une identité sociale. Pour reprendre les termes de Patrick Charaudeau, le discours journalistique « rend possible, justifie et transforme les rapports sociaux » (Charaudeau, 2002). Le discours médiatique légitime et façonne donc l'identité sociale et, par extension, potentiellement genrée des individus. La presse écrite est certes un agent de socialisation mais aussi une actrice de l'identité et de la construction du monde. La rhétorique journalistique est adoptée comme norme de discours informationnel par la société, ce qui en fait par là même une doxa (Bertini, 2007, p. 5). Elle influe grandement sur les autres sphères publiques et privées de la société. En ce qui a trait au discours médiatique, rappelons que les représentations linguistiques des articles représentent un monde largement partagé et favorisent « les constructions identitaires, les identifications sociales et politiques, elle propose des codes de déchiffrement du monde informés par le genre, fournit des modèles de vie au quotidien » (Thérenty, 2009). La presse écrite est un lieu de médiation véhiculant des représentations de manière normée. Pour Simone de Beauvoir, cette représentation du monde est produite et diffusée par les hommes, « ils le décrivent du point de vue qui est le leur et qu'ils confondent avec la vérité absolue » (De Beauvoir, 1986a, tome 1, p. 244). Les médias étant conçus, dirigés en grande partie par des hommes, le point de vue dominant dans les médias serait ainsi celui produit par les hommes journalistes (Beauchamp, 1987, p. 105 ; Eveno, 2003). Des recherches antérieures amènent à penser le point de vue journalistique dominant comme un point de vue masculin générique (Olivesi, 2012, p. 25 ; Claveau, 2010, p. 16). Et selon Elizabeth Cadoux, « les médias reproduisent le discours dominant en excluant les femmes de la sphère publique, et en réservant le monopole de la représentation au masculin » (Cadoux, 2013, p. 11).

L'individu acquiert sa légitimité sociale par le discours journalistique, par la parole du journaliste entendu comme pilier de la démocratie. En cela, la féminisation de la

profession journalistique est une avancée sociale majeure. Luce Irigaray en appelle à la modification des lois linguistiques concernant le genre pour permettre une évolution des rapports entre les sexes (Irigaray, 1990, p. 39). Tout comme l'instance politique, l'instance médiatique permet à l'identité des femmes d'être ou non légitimée par l'octroi de la parole, et par là même par une meilleure visibilité médiatique et sociale. Les auteures Martine Chaponnière et Silvia Ricci Lempen démontrent qu'en accédant à la fonction journalistique, les femmes ont acquis le droit de « traiter dans les médias les affaires sérieuses de la cité » (Chaponnière et Ricci Lempen, 1970, p. 117). En intégrant la profession journalistique, des femmes journalistes parviennent à occuper un espace médiatique et public leur offrant une certaine légitimité. Leur point de vue est alors pris en compte et reconnu comme légitime.

2.2.3 Reproduction des stéréotypes genrés par les femmes journalistes

Il n'est pas aisé de trouver une définition commune de la notion de stéréotype sexué. Les stéréotypes relèvent des représentations sociales et culturelles, ce qui fait d'eux une expression socialement partagée de jugements, mais qui n'ont aucune valeur universelle (Hoebeke, 2008, p. 287). Les stéréotypes ne sont pas des affirmations véridiques mais des points de vue, des caractéristiques subjectives faussées et simplistes. Alors qu'en droit, la société occidentale a mis en place des lois garantissant l'égalité entre les êtres humains, quel que soit leur sexe, leur ethnie ou leur appartenance religieuse, de réelles inégalités subsistent dans les faits. Et comme nous avons observé plus haut, les médias sont partie prenante de cette stéréotypisation de la société et de ses individus. Plusieurs chercheurs ont mis de l'avant la reproduction par les médias des représentations patriarcales, établissant alors comme norme la hiérarchisation des sexes (Bourdieu, 1998, p. 86-87 ; Cohen, 1999, p. 9 ; de Beauvoir, 1986a, p. 244 ; Hoebeke, 2008, p. 15, etc.). Les

gouvernements lancent des plans d'action pour sensibiliser les individus aux images véhiculées par les médias, mais les lois en faveur d'une image plus juste et équilibrée se font encore attendre. La liberté d'expression peut parfois marquer un frein dans l'application de ces lois. En effet, la liberté d'expression est un droit fondamental qui ne peut être bafoué et qui garantit par là même la non-intervention de l'État dans les choix éditoriaux des médias. Il appartient donc aux citoyens et aux journalistes eux-mêmes de prendre conscience du traitement médiatique sexuel différencié. De nombreux sites témoignent de cette distanciation critique : c'est le cas des tumblr français « Macholand » et « Prenons la Une »², qui tentent de mettre au jour les propos sexistes des médias et de souligner l'invisibilité des femmes et des femmes journalistes.

Cette différenciation médiatique se dénote entre autres par des formes discriminantes et stéréotypées qui contribuent en grande partie à figer les rôles sociaux et les identités des femmes et des hommes :

Les modes d'écriture des articles de presse en particulier, conditionnés par la double exigence de rapidité (due aux délais de rédaction et à la réactivité de l'actualité) et de concision, sont caractérisés par le recours fréquent à des automatismes linguistiques marqués par l'usage d'expressions convenues. (Bertini, 2007, p. 4)

Les stéréotypes confortent donc les rôles sociaux traditionnels, les maintiennent tout en leur donnant une apparence ainsi qu'une permanence qui semblent dès lors naturelles. Ces stéréotypes sont véhiculés autant par les hommes que par les femmes. Ce sont les individus qui participent de la catégorisation des genres. Les rapports de force genrés construisent un espace de représentations qui s'offrent comme

² Url de « Macholand », récupéré le 13 décembre 2014 : <http://macholand.fr>

Url de « Prenons la Une », récupéré le 13 décembre 2014 : <http://prenons-la-une.tumblr.com>

normalisées et naturelles : « Les dominés appliquent des catégories construites du point de vue des dominants aux relations de domination, les faisant ainsi apparaître comme naturelles » (Bourdieu, 1998, p. 54). Femmes et hommes créent des archétypes qu'ils partagent comme valeurs et normes. Ces valeurs, ces modèles de normes sont véhiculés dans le langage journalistique, traversant la parole médiatique. En effet, l'écriture journalistique est régie par des pratiques homogénéisées, standardisées voire normalisées. Les pratiques d'écriture et de recherche journalistiques contribuent à maintenir l'ordre établi et la hiérarchisation genrée (Poussart, 1996, p. 12) :

Les textes médiatiques résultent et témoignent des contraintes d'un organe de presse, des règles communes à toute écriture journalistique, d'une ligne éditoriale, de la sensibilité des journalistes à certaines thématiques, de leurs diverses sources, des rapports de dépendance que les journalistes entretiennent avec celles-ci et avec le public pour lequel ils se figurent écrire. (Julliard, 2012, p. 17)

On peut en conclure que les normes sociales ne sont pas produites exclusivement par les institutions politiques et culturelles ; elles sont aussi intériorisées, reproduites et réactivées par les agents sociaux, par les journalistes eux-mêmes :

Les pratiques quotidiennes des journalistes, les contraintes spécifiques dans lesquelles elles s'insèrent, ainsi que les normes professionnelles façonnant leur appréciation de ce qu'est un « bon » traitement de l'information, contribuent à amplifier la hiérarchie de genre. (Chauvel et Le Renard, 2013, p. 2)

Et la violence symbolique qui s'exerce sur les femmes à travers la communication et la sphère publique n'est pas le simple fait des journalistes hommes, elle est également due aux femmes journalistes qui intériorisent et reproduisent les normes

journalistiques et sociales qui leur ont été inculquées au cours de leur formation universitaire et professionnelle (Neveu, 2000, p. 190). Quelques auteurs ont en effet théorisé l'intériorisation des modèles masculins hégémoniques par les femmes elles-mêmes, démontrant ainsi que les femmes participent pleinement de la reproduction des stéréotypes mais aussi des discriminations dans les distributions des sujets et des postes journalistiques. Béatrice Damian-Gaillard, Cégolène Frisque et Eugénie Saitta soulèvent par exemple la responsabilité féminine en soulignant « l'auto-affectation des femmes à des thématiques préconstruites comme féminines, des assignations hiérarchiques, et des stratégies éditoriales et commerciales des directions » (Damian-Gaillard, Frisque et Saitta, 2011, p. 11). Les femmes intériorisent donc les images véhiculées par la société, et en particulier dans la presse écrite (Taylor, 1997, p. 42).

CHAPITRE III

METHODOLOGIE

Ce chapitre vise à expliquer comment nous allons analyser le traitement médiatique des femmes au sein de notre corpus. À l'aide d'une méthode mixte, nous tentons d'observer si la presse écrite pratique un traitement médiatique différent selon les sujets de la couverture médiatique et de mesurer la place occupée par les femmes journalistes dans la presse écrite. Au sein de ce troisième chapitre, nous présentons notre cadre épistémologique, lequel trouve ses assises principales dans les théories constructivistes d'auteurs tels que Von Glasersfeld (1996) et Pfefferkorn et Giraud (2012). Par la suite, nous décrivons les différentes manières dont nous allons analyser notre corpus. Il s'agit donc, dans ce chapitre, de présenter la méthode statistique ainsi que l'analyse qualitative que nous utilisons pour étudier notre corpus. Cette stratégie de recherche mixte comprend les procédures de collecte de l'information, les outils méthodologiques et la méthode de traitement d'analyse de nos données.

3.1 Posture méthodologique

3.1.1 La stratégie de recherche mixte

Notre mémoire s'appuie sur une méthode de recherche dite mixte. La stratégie de recherche mixte allie des données et des méthodes d'analyse aussi bien quantitatives que qualitatives (Creswell et Plano Clark, 2010, p. 2). Les méthodes mixtes sont décrites comme le troisième courant méthodologique, notamment en communication,

où l'interdisciplinarité est une composante essentielle de la recherche (Mongeau, 2008, p. 33). Ces méthodes présupposent une sélection de données diverses et variées. En outre, l'utilisation d'une méthode mixte a pour avantage d'analyser le double phénomène sur lequel nous avons décidé de nous concentrer, tant d'un point de vue quantitatif (statistique) que qualitatif (analyse de discours). Selon Lionel Groulx, intégrer des méthodes quantitatives et des méthodes qualitatives au sein d'une même recherche offre une meilleure compréhension de phénomènes sociaux de plus en plus complexes et indéterminés (Groulx, 1997).

L'étude de cas comparative du *Monde*, du *Devoir*, de *L'Actualité* et du *Nouvel Observateur* a été choisie dans le cadre de notre recherche afin d'illustrer un phénomène qui touche la grande majorité de la presse écrite au Québec et en France. La complexité des représentations stéréotypées est telle que passer par une étude de cas permet de mieux observer les dynamiques à l'œuvre. Les données quantitatives et qualitatives que nous avons récoltées sont intégrées dans la recherche à travers l'analyse des résultats, dans une logique de triangulation. Cette présentation séquentielle a l'avantage d'offrir un portrait global, mais aussi détaillé, du contenu de notre corpus. En effet, l'analyse statistique dresse un tableau général du contenu, décrivant la présence des femmes journalistes et sujets d'une couverture médiatique au sein de l'échantillon choisi. La méthode qualitative étudie certes un échantillon plus restreint, mais dans le but d'observer le traitement médiatique et linguistique plus spécifique des femmes au sein de plusieurs articles, reportages ou nouvelles brèves.

Dans notre recherche, les quatre médias imprimés que nous avons choisis, constituent un échantillon représentatif de la presse au moment de l'analyse, d'une part à cause de leur tirage important et d'autre part, par l'importance significative de leur lectorat : *Le Monde* avait 1,89 million de lecteurs en 2007, *Le Nouvel Observateur* 2 788 000

lecteurs (*Le Nouvel Observateur*, 2007), en 2014 *L'Actualité* avait 134 189 lecteurs (Lulofs, 2014) et *Le Devoir* comptait 315 000 lecteurs par semaine en 2011 (Descôteaux, 2011). En outre, *Le Monde* et *Le Devoir* sont tous deux considérés comme des quotidiens nationaux d'envergure et de référence. Ainsi, Marc Deschênes et Florian Sauvageau présentent le quotidien québécois *Le Devoir* comme un journal de qualité et de grande réputation :

Le Devoir est au Québec ce que *Le Monde* est à la France et le *New York Times* aux États-Unis : le quotidien de référence (« *the newspaper of record* »); le journal que les bibliothèques conservent, celui que les historiens consultent et qu'on lit à l'étranger quand on s'intéresse au Québec. (Deschênes et Sauvageau, 1994, p. 99, cité dans Charron et Bastien)

Les résultats statistiques que nous pouvons dégager de notre analyse ont pour utilité de comprendre un phénomène social spécifique et d'analyser la construction sociale médiatique du genre dans les médias, ce qui répond aux objectifs de la recherche mixte (Pluye, Nadeau, Gagnon, Grad, Johnson-Lafleur, et Griffiths, 2009, p. 128). Dans le cadre de notre mémoire, les analyses quantitatives serviront à vérifier nos hypothèses de départ. Il convient de rappeler que nous avons postulé les hypothèses de départ suivantes : « Nous supposons que les femmes journalistes sont moins visibles que les hommes dans la presse écrite d'information générale » et « Nous supposons que les femmes sont moins présentes que les hommes au sein des articles de presse écrite d'information générale en tant que sujets d'une couverture médiatique ». Il s'agit de prendre en compte la présence numérique des femmes dans le corpus et le traitement médiatique dont elles sont l'objet. Afin d'évaluer concrètement la présence et le traitement médiatique des femmes dans la presse écrite, nous étudions le nombre de femmes journalistes ayant publié des articles, mais également le nombre et le thème des articles traitant d'une femme en particulier ou de statut social des femmes, ainsi que les représentations discursives des femmes

diffusées par ces articles. En ce qui concerne la structure professionnelle des publications, nous étudions le nombre de journalistes selon leur sexe mais également le nombre d'articles diffusés selon le sexe des journalistes. Par la suite, nous cherchons à analyser plus spécifiquement les journalistes et leur place dans les salles de rédaction. Cela nous amène ainsi à observer les photographies des journalistes qui sont publiées, selon le sexe de leur sujet. Ensuite, nous cherchons à comprendre la distribution des rubriques selon le sexe des journalistes. Nous comptabilisons donc le nombre d'articles écrits par des femmes et des hommes journalistes au sein des rubriques suivantes : politique, économie, société, santé, culture, environnement, technologie, sciences, éducation, sport et mode. Puisque nous visons à étudier le traitement médiatique des femmes et de leur statut social, nous observons la même distribution des rubriques selon le sexe des sujets de la couverture médiatique. Cela nous permet de comprendre dans quelles rubriques les femmes sont plus souvent l'objet principal d'articles. Enfin, nous cherchons également à observer la présence des femmes comme expertes ou témoins au sein des publications, afin de voir si les journalistes ont autant recours à l'expertise des femmes qu'à celle des hommes. Ces indicateurs sont nos principaux outils de recherche et permettent par là même une meilleure interprétation des phénomènes genrés contemporains.

Dans le cadre de notre démarche, l'approche qualitative permet une analyse des discours journalistiques : nous étudions les représentations qui sont faites des femmes et du statut social des femmes dans notre corpus. En d'autres termes, nous analysons les différentes manières dont les journalistes parlent des femmes et les décrivent afin « de mettre au jour d'éventuelles différences de traitement dans les thèmes abordés, les mots utilisés, les registres notionnels employés » (Sourd, 2005). Ainsi, la méthode qualitative, notamment à travers l'analyse des discours, rend possible la comparaison de la place et du traitement des femmes dans les différentes unités textuelles. La chercheuse Lise Chartier démontre par ailleurs que l'analyse d'une couverture

médiatique vise à saisir et comprendre le sens tout autant que l'impact de l'information médiatique, tant sur le point de la quantité que de sa qualité (Chartier, 2005, p. 21). Cette complémentarité des méthodes induit une validité de la recherche en la rendant plus objective. Il s'agit, à travers ce modèle d'enchâssement des données, de soutenir et de préciser les résultats quantitatifs et qualitatifs.

3.1.2 L'approche constructiviste

Cette recherche s'appuie certes sur une stratégie de recherche mixte, mais elle prend également appui sur un modèle constructiviste de la réalité et du sens. Il convient de rappeler, de prime abord, que le constructivisme considère le sens comme construit socialement et partagé collectivement (Mucchielli et Guivarch, 1998, p. 52). Le constructivisme est un paradigme qui attribue une importance particulière à l'interaction entre l'individu et son environnement. Cette interaction produit, entre autres, une connaissance qui se révèle être une représentation subjective du monde. Plus spécifiquement, la connaissance s'acquiert à travers les représentations par lesquelles l'individu perçoit et fait l'expérience sensible des phénomènes. Cette compréhension du monde est construite par l'interaction entre le sujet et les conceptions de la réalité qu'il a assimilées antérieurement (Dacheux, 2009, p. 10) dans une construction inconsciente (Von Glasersfeld, 1996, p. 20). Ainsi, selon l'approche constructiviste, la réalité sociale que nous avons en commun est en état de transformation et de construction des représentations de manière continue. Les constructivistes refusent l'immutabilité de la réalité, qu'ils considèrent comme produite entre autres par les discours (Dumora et Boy, 2008, p. 348). Ces représentations sont le fruit de discours oraux ou écrits, d'images, etc. Nous apprenons notre réalité à travers les dires de personnes que nous considérons légitimes, à savoir notre famille, des professeurs, des journalistes, des politiciens, etc. L'épistémologie constructiviste affirme le rôle performatif et social du langage : c'est

par le langage que passe la transformation de la vie sociale puisqu'il permet de « générer de nouvelles significations » (Dumora et Boy, 2008, p. 452). Les médias construisent notre représentation du monde ainsi que notre conception des individus en ce qu'ils produisent une information en constante définition. Non seulement l'information que les médias nous offrent n'est pas un fait donné, mais une construction, plus encore, notre compréhension du monde est sans cesse renouvelée (Benoit, 2004, p. 187). Les acteurs sociaux, tels que les journalistes par exemple, participent pleinement à la construction de la réalité, en interprétant, en donnant sens à leurs observations et à leur vision du monde et de la société.

Nous cherchons également à adopter cette posture constructiviste à l'égard du genre, comme co-construit par le discours. Car si les médias participent de notre vision du monde, ils contribuent également à construire notre manière de percevoir les individus, et plus encore le genre. Rappelons que les théories féministes constructivistes montrent que le genre est construit historiquement et socialement. Ainsi, les différences entre les genres ne sont pas une donnée biologique ; elles sont construites et conditionnées par le social, mais également par le langage (Pfefferkorn et Giraud, 2012, p. 68). Nous considérons donc que le genre n'est pas fixe, il est en perpétuelle définition et redéfinition (Guionnet et Neveu, 2004). Cette définition du genre se fait à travers les agents socialisateurs que sont, notamment, la famille, l'école, l'Église, l'État, les médias et les discours qu'ils produisent. Car le langage permet de construire le genre en véhiculant des significations particulières et un sens symbolique et social (Reiser et Grézy, 2011, p. 11). En analysant les discours journalistiques, nous tentons d'observer les représentations genrées des médias, la manière dont la presse écrite représente les femmes. Notre corpus a été choisi dans cet objectif final d'observer le traitement médiatique des femmes et donc la construction symbolique et médiatique des femmes.

[Cette page a été laissée intentionnellement blanche]

3.1.3 Corpus

Notre recherche porte sur la place des femmes dans les presses écrites française et québécoise. La recherche s'établit à partir de l'étude du quotidien français *Le Monde* et du quotidien québécois *Le Devoir* (pendant la semaine du 9 décembre 2013) ainsi que de deux magazines d'information, *L'Actualité* et *Le Nouvel Observateur* (pour le mois de novembre 2013). Les numéros choisis pour notre corpus datent des mois de novembre et décembre 2013. En ce qui concerne les quotidiens, nous traiterons leur parution allant du lundi 9 décembre au dimanche 15 décembre. Nous analysons les parutions de ces magazines d'information portant sur tout le mois de novembre 2013. Désirant observer un phénomène contemporain, nous nous sommes tournées vers un échantillon actuel. L'échantillon fut colligé au cours d'une période de l'année durant laquelle la plupart de la population active vaquait à ses occupations ordinaires. Il s'agissait ainsi de prendre en compte une période « ordinaire » dans le sens où elle n'a pas été marquée par un événement extraordinaire ou d'envergure mondiale qui aurait mobilisé la presse. Il était également nécessaire de choisir une période de l'année durant laquelle se déroulent les activités sociales les plus courantes. Nous avons donc exclu les périodes de vacances telles que l'été, les fêtes de Noël, du Jour de l'an ou la rentrée scolaire. L'échantillon vise en effet à être le plus représentatif possible de l'actualité courante. Enfin, l'envie de pousser l'analyse en profondeur et la nature circonscrite d'un mémoire de maîtrise ont limité notre échantillon à seulement quelques numéros par magazine.

En recueillant nos données, nous avons tenté de constituer des fragments de l'actualité afin de comprendre les représentations d'un sujet et sa représentativité. Nous ne prétendons pas obtenir une recherche représentative de la presse écrite française et québécoise. Nous cherchons à observer un phénomène au sein de journaux perçus comme une référence journalistique et présentant l'information généraliste (Valette-Florence et de Barnier, 2010, p. 4). Rita Valette-Florence et

Virginie de Barnier analysent deux publications formant notre corpus, à savoir *Le Monde* et *Le Nouvel Observateur*. Les chercheuses observent les médias à travers leurs relations personnelles avec leurs lecteurs, en attribuant à chaque média des traits de personnalités spécifiques. Ainsi, *Le Monde* et *Le Nouvel Observateur* sont tous deux perçus comme disposant de ce que Rita Valette-Florence et Virginie de Barnier nomment « sagesse » et se positionnant comme des médias « affirmés » (*ibid.*, p. 14 et p. 16). Il s'agit donc d'interroger ces publications reconnues pour leur intégrité et professionnalisme à l'égard de leur responsabilité dans la reproduction du traitement sexuel différencié. Par ailleurs, le groupe *Le Monde* fait partie des nombreux médias ayant signé l'acte d'engagement de la Commission française de réflexion sur l'image des femmes dans les médias, en 2008. Sous l'impulsion d'Éric Fottorino, président du directoire du groupe *La Vie-Le Monde*, un groupe de travail fut créé en 2008 et un bilan dressé en 2010 sur la question des femmes, de leur représentativité et de leur traitement médiatique au sein du groupe médiatique (Reiser et Grésy, 2011, p. 15). Le bilan formulé par Annie Kahn met en avant la perte du lectorat féminin et les conséquences économiques de cette défiance du lectorat (*ibid.*).

Nous avons choisi d'analyser à la fois des quotidiens et des magazines afin d'observer les différences de représentations véhiculées par ces deux médias d'information. Selon des auteurs comme Jean-Marie Charon et Cécile Sourd, les magazines d'information sont une alternative aux quotidiens, offrant une place importante au visuel et s'appuyant sur un public segmenté (Sourd, 2005). Le mode de traitement de l'information diffèrerait entre les quotidiens et les magazines :

Là où le quotidien centrait son propos sur l'information, avec la place privilégiée donnée au registre du politique et de l'actualité, ce qui n'empêchait pas d'y associer des contenus divertissants et distractifs, qu'illustre la place du feuilleton ou des jeux, le magazine, lui, se concentre sur la relation au lecteur et les

différents registres de satisfactions qu'il peut lui proposer.
(Charon, 2001)

Il peut donc être intéressant de voir si ces différences ont un effet sur le traitement médiatique des femmes. Visant à entretenir une relation particulière avec leur lecteur, les magazines d'information ont peut-être choisi de représenter les femmes de manière plus juste et moins stéréotypée. La comparaison des quotidiens et des magazines d'information nous permet ainsi d'observer les différents modes de traitement de l'information, pas seulement entre des publications comparables produites en France et au Québec, mais également entre les différentes formes de publications qu'il convient désormais de présenter.

Le Monde fut fondé par Hubert Beuve-Méry en 1944, sur un décret du général de Gaulle. *Le Monde* tirait en 2013 à 303 432 exemplaires. Louis Dreyfus est le directeur de la publication depuis 2010, Gilles van Kote est directeur du *Monde* et membre du directoire et Jérôme Fergolio est à la direction des rédactions depuis 2014. *Le Monde* diffuse 7 publications par semaine. Chaque publication compte environ 22 pages, sans compter les suppléments. Les articles portent sur la politique française, la politique internationale, l'économie, l'actualité internationale et la culture.

Fondé en 1908 par Henri Bourassa, *Le Devoir* est dirigé par Bernard Descôteaux depuis 1999. En 2011, le quotidien québécois vendait 29 812 exemplaires en semaine et 48 228 exemplaires le samedi. *Le Devoir* est publié six jours par semaine. Le quotidien publie des articles portant sur l'actualité québécoise, la politique québécoise, la politique canadienne, la culture, la société, les sports et l'économie. Les articles portant sur l'actualité internationale sont souvent des reprises de dépêches d'agences telles que l'Agence France Presse et La Presse canadienne ou d'articles provenant d'autres quotidiens comme *Le Monde*.

Les quotidiens *Le Monde* et *Le Devoir* n'ont pas la même diffusion, les tirages du *Monde* étant diffusés sur le plan international. Cela dit, ces deux quotidiens nationaux sont considérés dans leur pays respectif comme des références de la presse écrite, de par leur intégrité et le niveau d'exigence et d'analyse des articles publiés (Valette-Florence et de Barnier, 2010).³ Rita Valette-Florence et Virginie de Barnier mettent en avant ce capital symbolique propre aux deux quotidiens.

Fondé en 1964 par Claude Perdriel, Jean Daniel (directeur de la publication depuis 2008) et André Gorz, *Le Nouvel Observateur* vendait 519 405 exemplaires en 2013. En 2014, il change de nom et devient *L'Obs*. Matthieu Croissandeau en est le directeur de la rédaction depuis 2014. L'hebdomadaire français d'environ 170 pages traite d'actualité internationale, française, européenne, de politique, d'économie, de société et de culture.

L'Actualité a été fondé en 1976 par Lloyd M. Hodgkinson et Jean Paré et vendait 157 000 exemplaires en 2012. Depuis 2009, Carole Beaulieu est l'éditrice et la rédactrice en chef du bimensuel québécois. Le magazine québécois est composé d'environ 80 pages. Le magazine diffuse des articles et des reportages portant sur les politiques québécoise et canadienne, la culture, l'actualité internationale et la société.

Les deux magazines d'information, s'ils n'ont pas le même rythme de diffusion – *L'Actualité* est un magazine bimensuel alors que *Le Nouvel Observateur* est un magazine hebdomadaire – couvrent l'actualité locale, nationale et internationale,

³ Également, ces deux quotidiens ont nommé à leur direction pour la première fois dans leur pays respectifs une femme. En effet, Lise Bissonnette dirigea *Le Devoir* dans les années 1970 (Beauchamp, 1987, p. 229), et en 2013 Natalie Nougayrède est nommée directrice du journal *Le Monde* avant de démissionner en 2014.

alliant articles de fond et dépêches, et s'intéressant de manière similaire aux phénomènes socioculturels. Certes, des différences se font sentir au sein du corpus choisi, mais les journaux sélectionnés détiennent une popularité, une légitimité ainsi qu'un lectorat proportionnel comparables. De manière plus générale, ces différentes études de cas permettront de comparer les presses écrites francophones, et plus particulièrement de noter s'il y a une différence de visibilité et de traitement médiatique à l'égard des femmes entre la France et le Québec.

Ainsi, *Le Monde* et *Le Devoir* ont été choisis pour leur réputation et leur crédibilité tant auprès de leurs publics qu'après des journalistes eux-mêmes (Valette-Florence et de Barnier, 2010). Le choix des magazines *L'Actualité* et *Le Nouvel Observateur* répond à une volonté d'observer les différences entre les quotidiens et les magazines d'information.

3.2 Techniques d'analyse

3.2.1 Analyse quantitative

L'analyse quantitative a pour objet d'étude des données primaires tirées des différents numéros publiés par nos quatre journaux d'information. L'échantillon est composé de sept numéros pour *Le Monde*, de six numéros pour *Le Devoir*, de deux numéros pour *L'Actualité* et de cinq numéros pour *Le Nouvel Observateur*. En ce qui concerne la disparité entre les échantillons, elle tient au nombre de numéros publiés par les journaux. En effet, alors que *Le Monde* publie sept numéros par semaine, dont le numéro du week-end (en date du dimanche et lundi), *Le Devoir* publie six numéros par semaine (le numéro du week-end date aux jours du samedi et du dimanche). De la même façon, *Le Nouvel Observateur* et *L'Actualité* n'ont pas le même nombre de

parutions puisque *L'Actualité* est un magazine bimensuel alors que *Le Nouvel Observateur* est un magazine hebdomadaire. Mais comme il s'agit d'analyser la place et les représentations des femmes dans ces différents médias durant une période précise, la disparité du nombre de numéros ne vient pas invalider notre échantillon. Les différents numéros analysés sont comparables en ce qu'ils traitent d'une même période : à savoir une semaine entière pour les quotidiens *Le Monde* et *Le Devoir* (la semaine du 9 décembre 2013) et un mois pour les magazines d'information *L'Actualité* et *Le Nouvel Observateur* (le mois de novembre 2013).

Des indicateurs précis sont utilisés pour l'élaboration des statistiques : unités textuelles et picturales selon le sexe du journaliste et selon le sexe des sujets médiatisés, nombre d'articles selon le sexe des sujets de la couverture médiatique, distribution des thèmes selon le sexe des personnes mentionnées et des journalistes ainsi que la place occupée par les journalistes dans l'espace du journal selon leur sexe (ces indicateurs sont mentionnés dans les annexes 1, 2, 3 et 4). En observant la longueur des unités textuelles selon le genre des personnes mentionnées dans les textes analysés, nous pouvons mieux nous figurer l'espace proprement occupé par les femmes en tant que productrices de l'information ainsi qu'en tant que sujets d'articles. En définitive, nous obtenons huit éléments de comparaison nous permettant d'approfondir les disparités entre chaque numéro. Pour les auteures Michelle Ollivier et Manon Tremblay, « la compréhension d'un problème est le second moment vers l'émergence de solutions et la préparation à l'action. » (Ollivier et Tremblay, 2000, p. 120). Ainsi, l'analyse quantitative effectuée à travers l'établissement de données statistiques est un outil pour mieux comprendre le phénomène d'effacement des femmes dans les salles de rédaction des journaux ainsi qu'au sein même du discours journalistique.

3.2.2 Analyse qualitative

Selon Clara Bamberger, l'étude de la représentation des femmes dans les médias d'information nécessite certes l'analyse de leur visibilité, mais plus encore l'analyse du contenu du discours journalistique, lorsque celui-ci mentionne les femmes (Bamberger, 2012, p. 41). Notre regard de chercheure se pose par ailleurs sur les détails des textes, à l'aide d'une analyse de discours qui nous aide à comprendre la manière dont les femmes sont représentées au sein des différentes publications composant notre corpus. En étudiant les discours médiatiques, nous cherchons à observer les représentations imaginaires de notre société, et plus spécifiquement comment est perçu le féminin. Nous tentons de repérer si certains termes sont plus fréquemment utilisés que d'autres lorsque le sujet de l'article concerne une femme ou le statut social des femmes. Chacun des concepts retenus dans les chapitres précédents est opérationnalisé et observé dans l'optique de préparer notre corpus et d'étudier les thèmes se démarquant au sein des articles sélectionnés : par exemple, le thème de la vie privée, du physique des femmes, le lien avec une posture masculine venant légitimer leur présence dans les médias, etc. Notre analyse linguistique nous sert à repérer les tendances androcentrées du discours journalistique. Il nous semble intéressant, par exemple, d'examiner les champs lexicaux employés. Car au-delà de la visibilité propre des femmes au sein des journaux, les structures grammaticales ainsi que le vocabulaire participent à la perpétuation d'une représentation genrée du monde occidental contemporain. Afin de mener à bien notre analyse de contenu, une grille de lecture est employée, à l'aide de catégories préétablies, reprenant ainsi les règles énoncées par Jean de Bonville, dans son œuvre *L'analyse de contenu des médias, de la problématique au traitement statistique* (De Bonville, 2000, p. 145). On se pose ainsi diverses questions telles que : « Qui parle ? », « Quel type d'information nous est transmis ? », « Quelle place dans le journal cet article occupe-t-il ? », « Quelles images sont utilisées pour représenter le ou la figurant-e ? », etc.

L'analyse qualitative porte, dans les différents journaux, sur la manière dont les femmes sont nommées et les caractéristiques qui leur sont attribuées afin de mieux comprendre le type de discours qui en traite. Plus spécifiquement, nous observons dans les unités textuelles les thèmes des articles, les adjectifs, les temps verbaux employés, l'utilisation des pronoms personnels, les réseaux sémantiques sexués et généraux, la place accordée à l'apparence et au statut familial. Nous cherchons alors à comprendre comment les femmes sont présentées dans les articles, comment les journalistes les font apparaître. Car les messages linguistiques sont révélateurs des phénomènes sociaux qui traversent nos sociétés contemporaines (de Bonville, 2000, p. 19). La réalité subjective est réalisée en partie par notre rapport à la langue et à ses représentations. Pour reprendre les termes de Marie-Joseph Bertini, il s'agit ici d'analyser le discours journalistique et d'en dégager les différentes « catégories sémantiques et les structures interprétatives qui orientent et déterminent les modes d'écriture journalistiques à propos des femmes et de leurs actions au sein de l'espace public » (Bertini, 2007, p. 3). Ainsi, des éléments des textes sont codés sous forme d'indices, regroupés par la suite dans des catégories avant d'être finalement organisés au sein de tableaux et de graphiques (voir les annexes 1, 2, 3 et 4). Cette analyse de contenu se déroule en deux grandes étapes successives qui seront décrites avec plus de précision dans le chapitre prochain – qui présentera également les résultats que nous avons obtenus. La première est celle de la lecture et de la description des contenus ; elle permet de mettre en place une première grille de classification des différents éléments du texte. La deuxième étape met en relation ces différentes catégories afin de dresser un portrait des publications étudiées et la représentation des femmes qui s'y fait jour.

CHAPITRE IV

RESULTATS

Le présent chapitre vise à présenter les données que nous avons récoltées et traitées. La méthodologie mixte nous permet d'étudier notre corpus de manière tant quantitative que qualitative. À travers ce dernier chapitre, il s'agira de démontrer en quoi les résultats obtenus par la cueillette des données permettent de répondre à nos questions de recherche. L'analyse statistique de notre corpus offre un portrait global du phénomène que nous voulons mesurer, à savoir la présence des femmes dans les journaux d'information généraliste. Cette représentation statistique du contenu des journaux permet de comprendre comment l'information est présentée. Enfin, la dernière étape de notre recherche vise à interpréter les résultats de l'analyse de nos données.

4.1 Analyse quantitative de notre corpus : un portrait global

4.1.1 Collecte des données

Après avoir sélectionné notre corpus et nos journaux comme décrit dans le chapitre précédent, nous avons décidé de collecter les données nécessaires en analysant tout le contenu de notre corpus. Nous avons choisi de segmenter les pages de notre corpus selon leur taille, leur thème, leur auteur et leur sujet spécifique. Nous avons tout d'abord regroupé ces informations par « unités textuelles ». Ce terme désigne tous les segments rédactionnels qui forment notre corpus, à savoir les articles, les dépêches

d'agences de presse, les reportages, les chroniques, les éditoriaux, les critiques et les nouvelles brèves. Ces unités textuelles rendent la structure générale de notre corpus intelligible et quantifiable. Ainsi, nous avons lu chaque article, dépêche d'agences de presse, reportage, critique, nouvelle brève, éditorial et chronique en prenant soin de décrire chaque pièce rédactionnelle. Il s'agissait plus spécifiquement de retranscrire le nom du journaliste, si une photographie du journaliste était présentée, si une photographie était jointe à l'article. Ensuite, nous avons décrit le thème et le sujet de l'article, indiquant alors si l'article portait sur un sujet neutre, mixte, sur le statut social des femmes ou s'il faisait le portrait d'un homme et/ou d'une femme. Lorsqu'un article ne distingue pas clairement de sujets genrés, nous avons choisi de nommer cette catégorie « neutre ». Les articles portant sur des femmes et des hommes ensemble, où aucun genre n'est plus mis en avant que l'autre, font partie de la catégorie que nous avons appelée catégorie « mixte ». Nous avons par la suite comptabilisé le nombre d'experts, de témoins et de personnes mentionnées en fonction de leur sexe. Par expert, nous entendons une personne à qui l'on attribue, au sein de l'article sélectionné, une parole légitimée, offrant des informations considérées sinon comme institutionnelles, du moins comme hautement fiables. Et par témoins, nous entendons toute personne qui fait œuvre de jugement, de témoignage au sein de l'article. Enfin, nous avons mesuré chaque article en paragraphes, pages et/ou colonnes selon le sexe du journaliste. En observant la longueur des différentes unités textuelles selon le sexe des journalistes, nous pouvons nous figurer l'espace occupé par les femmes journalistes au sein des journaux.

Par la suite, nous avons transcrit les données dans des feuilles de calcul du logiciel Excel de la suite Office. Nous avons regroupé les données statistiques afin d'obtenir des pourcentages pour chaque journal. Nous disposons donc de données par publication ainsi que par journal. Cette opération de codification quantitative rend compte d'une description objective de notre objet de recherche et de notre corpus.

Elle offre également une base comparative commune. Ainsi, chaque représentation humaine est fichée, qu'il s'agisse d'hommes ou de femmes (voir les annexes 1, 2, 3 et 4). Les données statistiques que nous avons recueillies nous permettent d'observer la récurrence de thèmes traités plus souvent par des journalistes femmes ou au contraire l'absence de femmes journalistes dans certaines rubriques.

4.1.2 Portrait statistique

Puisque nous disposons maintenant d'une idée générale de notre corpus, il convient désormais de découvrir les thèmes récurrents. Nous avons choisi de distinguer les données portant sur les femmes journalistes et celle traitant des femmes comme sujets de la couverture médiatique. Cela nous permet de répondre à chacune de nos questions de recherche et d'aborder notre objet d'étude dans sa totalité et de manière détaillée.

4.1.2.1 Les femmes journalistes

Il convient tout d'abord d'observer le nombre de journalistes femmes et hommes qui écrivent au sein de notre corpus afin de nous donner une première impression de la place occupée par les femmes journalistes dans les salles de rédaction de nos quatre publications. Ci-dessous, l'on peut observer les statistiques des journalistes écrivant dans les différentes publications de notre corpus en fonction de leur sexe :

Tableau 4. 1 Place des journalistes selon leur sexe

Pourcentage de journalistes selon leur sexe	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Journalistes femmes	37%	39,4%	41,44%	38,77%
Journalistes hommes	63%	60,6%	58,56%	61,23%

Nous pouvons noter que les pourcentages que nous avons récoltés ne diffèrent pas beaucoup des chiffres officiels que nous avons pu constater auparavant (chapitre I). En effet, le rapport « L'image des femmes dans les médias » déposé auprès du secrétariat français d'État à la Solidarité relevait qu'en 2008, 43% des journalistes en France étaient des femmes (Reiser et Grésy, 2008, p. 32) et l'Observatoire québécois du journalisme notait qu'en 2011, les femmes journalistes représentaient 44% des effectifs de la FPJQ (Desplanques, 2012). Les différences observées entre nos données et les chiffres officiels ne sont pas importantes et doivent être nuancées. En effet, puisque nous étudions les journaux dans un temps limité (une semaine pour les quotidiens et un mois pour les magazines), nous ne pouvons garantir que tous les journalistes employés dans les salles de rédaction ont écrit un article durant la période étudiée. Ainsi, il se peut que des journalistes étaient en congés ou en préparation d'articles, comme il se peut que certains pigistes n'aient pas été publiés lors de notre période. Cependant, il n'y a pas de raison de croire que l'un ou l'autre sexe en général était absent durant cette période. Nous pouvons par ailleurs remarquer qu'aucune différence prononcée ne se dénote entre les quotidiens et les magazines d'information, de même entre les deux pays. Les femmes journalistes occupent donc une place semblable dans les salles de rédaction des quotidiens et des magazines, en France comme au Québec, où elles représentent entre 37 et 41% des journalistes.

Si nous possédons un aperçu de la présence des femmes journalistes au sein des effectifs de nos quotidiens et magazines sélectionnés, il est intéressant d'observer le nombre d'articles publiés dans notre corpus, en fonction du sexe du journaliste. Certains journalistes écrivent plus d'articles que d'autres, donnée supplémentaire qui permet une compréhension plus approfondie de notre corpus. Nous avons constaté que parfois des journalistes hommes et femmes écrivent un article ensemble. La signature des journalistes n'étant pas systématiquement accolée aux articles publiés, nous prenons également en compte les cas où un article n'est pas signé ainsi que les articles qui sont attribués à une agence de presse ou à un chef de rubrique plutôt qu'à un(e) journaliste. Dans tous les cas observés, cette coordination était exclusivement masculine. Une fois toutes ces informations prises en compte, nous avons pu rassembler nos données et compiler le tableau suivant :

Tableau 4. 2 Nombre d'articles selon le sexe des journalistes

Pourcentage d'articles en fonction du sexe du journaliste	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits par des journalistes femmes	30,96%	27,41%	27,83%	35,36%
Articles écrits par des journalistes hommes	51,78%	41,43%	38,75%	41,41%
Articles écrits par des journalistes femmes et hommes	2,19%	1,56%	0,68%	1,01%
Articles sans signature	15,07%	29,6%	32,06%	8,08%
Articles écrits sous une coordination masculine	0%	0%	0,68%	14,14%

Nous pouvons relever des similitudes quant à la place qu'occupent les femmes journalistes dans la rédaction d'articles selon le pays : les femmes journalistes écrivent plus de 30% des articles publiés dans notre corpus français et près de 27% des articles de notre corpus québécois. Les femmes journalistes occupent une place plus réduite que les hommes journalistes au sein des journaux. Cela dit, des différences sont à souligner en ce qui concerne les pourcentages d'articles non signés. En effet, *Le Nouvel Observateur* et *Le Devoir* publient plus d'articles sans attribuer de signatures que *Le Monde* et *L'Actualité*. Il convient de souligner que ces articles sont dans la plupart des cas des dépêches d'agences de presse ou dans le cas du *Devoir* des reprises d'articles provenant de journaux étrangers. *Le Monde* diffuse des articles non signés, mais ceux-ci ne constituent pas plus de 15% du nombre total d'articles publiés dans le journal, tandis que 8% des articles de *L'Actualité* n'ont pas d'auteurs mentionnés. Il convient enfin de noter que seuls les magazines d'information ont recours à une signature groupée du chef de rubrique. L'on ne retrouve pas de « coordination masculine » au sein des quotidiens que nous avons étudiés. Ainsi, si la coordination masculine reste un fait qui se limite aux magazines, l'absence de signature dans les articles est devenue une pratique courante des quotidiens ainsi que des magazines. Étant donné le temps et les moyens financiers limités dont nous disposions, nous n'avons pu contacter les journaux et les agences de presse afin de connaître le nom de l'auteur de chacun des articles non signés. Nous ne pouvons donc savoir s'il s'agit plus souvent d'articles écrits par des femmes journalistes ou par des hommes journalistes.

Nous avons décidé d'observer la présence visuelle des journalistes car la représentation des journalistes ne se fait pas uniquement par la signature de leurs articles. Ainsi, nous avons comptabilisé le nombre de photographies de journalistes présentes dans les journaux et les avons classé selon leur sexe et selon le journal, ce qui nous donne le tableau suivant :

Tableau 4. 3 Les journalistes pris en photographie selon leur sexe

Pourcentage de photographies de journalistes selon leur sexe	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Journalistes femmes	36,84%	17,5%	2,94%	42,86%
Journalistes hommes	63,16%	82,5%	97,06%	57,14%

Les chiffres que nous avons récoltés viennent corroborer les recherches que nous avons mises en avant au sein de notre problématique (chapitre I). En effet, les femmes journalistes sont moins souvent représentées en photographie que leurs collègues masculins. Inégalités qui sont encore plus notoires au sein du *Devoir* et du *Nouvel Observateur* où les photographies de femmes journalistes ne représentent respectivement que 17,5% et 2,94% de l'ensemble des photographies de journalistes. Les photographies de femmes journalistes sont plus nombreuses dans les pages du *Monde* et de *L'Actualité*. Les femmes journalistes sont donc plus souvent mises en avant de manière visuelle au sein du quotidien français et du bimensuel québécois, mais elles restent minoritaires par rapport à la représentation visuelle des hommes journalistes. Leur présence est moins soulignée, tandis que les hommes occupent presque tout l'espace visuel. Il en résulte une survisibilité des journalistes hommes et un effacement relatif de leurs collègues de sexe féminin.

Passons maintenant à la grande question de la répartition des rubriques selon le sexe des journalistes. À travers nos statistiques, nous tenterons de comprendre l'affectation des rubriques en fonction du genre des journalistes, ce qui nous permet de répondre à

la question du sociologue Erik Neveu : « Le genre influe-t-il sur les rubriques et services auxquels sont affectés les journalistes hommes et femmes ? » (Neveu, 2000, p. 182). Nous distinguons plusieurs rubriques au sein des différentes unités textuelles : politique, société, culture, science, technologies, sport, économie, éducation, santé, environnement et mode. Prenant en considération les articles écrits à la fois par des journalistes femmes et hommes, ainsi que les articles non signés ou sous coordination masculine, nous avons établi différents tableaux, selon les rubriques.

Tableau 4. 4 Sexe des journalistes écrivant les articles politiques

Pourcentage d'articles sur la politique en fonction du sexe du journaliste	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits par des journalistes femmes	27,78%	22,22%	17,99%	31,83%
Articles écrits par des journalistes hommes	51,58%	32,1%	44,44%	59,09%
Articles écrits par des journalistes femmes et hommes	2,19%	1,23%	1,06%	4,54%
Articles sans signature	15,07%	44,45%	36,51%	4,54%

Si les hommes journalistes écrivent une grande partie des articles politiques de notre corpus, il convient de souligner que les femmes journalistes de *L'Actualité* sont plus

nombreuses à publier des articles politiques par rapport aux femmes journalistes des autres publications de notre corpus. En effet, au *Nouvel Observateur* moins de 18% des articles politiques portent la signature d'une journaliste tandis que près de 32% des articles politiques de *L'Actualité* sont signés par des journalistes femmes. On observe toutefois une différence prononcée entre les hommes journalistes et les femmes journalistes au sein de la rubrique politique de *L'Actualité*, comme dans le reste de notre corpus. Si les articles politiques du *Devoir* sont écrits plus souvent par des hommes que par des femmes journalistes, il n'en reste pas moins qu'une bonne partie des articles politiques du quotidien québécois ne porte pas de signature (représentant 44% des articles politiques). Nous pouvons en effet observer une part importante d'articles politiques non signés au sein du *Devoir* et du *Nouvel Observateur* pendant la période analysée, contrairement au *Monde* et à *L'Actualité*, qui publient moins souvent d'articles anonymement.

Tableau 4. 5 Sexe des journalistes écrivant les articles de société

Pourcentage d'articles de société en fonction du sexe du journaliste	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits par des journalistes femmes	23,31%	31,49%	44,78%	0%
Articles écrits par des journalistes hommes	49,51%	42,59%	29,85%	100%
Articles écrits par des journalistes femmes et hommes	2,91%	3,7%	2,98%	0%
Articles sans signature	24,27%	22,22%	22,39%	0%

Tous les articles traitant de sujets de société sont écrits par des hommes journalistes au sein de *L'Actualité*. Aucune femme journaliste n'a donc publié d'articles de société pour *L'Actualité* au cours de la période analysée. Au contraire, les femmes journalistes ont été plus nombreuses que leurs homologues masculins dans la rédaction d'articles de société pour le *Nouvel Observateur*. Il existe donc une différence considérable entre les deux magazines de notre corpus pour ce qui est de la place des femmes journalistes dans les rubriques parlant de société. Entre les deux quotidiens de notre corpus, les chiffres sont comparables : les articles de société sont majoritairement écrits par des hommes journalistes, mais les femmes journalistes parviennent à y publier pour près d'un tiers des articles.

Tableau 4. 6 Sexe des journalistes écrivant les articles culturels

Pourcentage d'articles sur la culture en fonction du sexe du journaliste	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits par des journalistes femmes	33,83%	33,33%	27,88%	25%
Articles écrits par des journalistes hommes	58,65%	47,62%	50,19%	66,67%
Articles écrits sous une coordination masculine	0%	0%	0,37%	0%
Articles sans signature	7,52%	19,05%	21,56%	8,33%

Les articles culturels sont plus souvent écrits par les journalistes hommes que leurs homologues féminins dans l'ensemble de notre corpus. Nous pouvons, cela dit, déceler certaines différences entre les formats de publication. En effet, les chiffres des femmes journalistes publiant des articles culturels sont semblables entre *Le Monde* et *Le Devoir*, et sont comparables entre *Le Nouvel Observateur* et *L'Actualité*. Concernant la part des hommes journalistes dans la rubrique culturelle, nos données révèlent des différences entre *Le Monde* et *L'Actualité* par rapport au *Devoir* et au *Nouvel Observateur*. Ainsi, les hommes journalistes sont plus nombreux dans les rubriques culturelles du bimensuel québécois et du quotidien français (signant respectivement 66% et 58% des articles culturels) que dans le quotidien québécois et l'hebdomadaire français (47% des journalistes du *Devoir* et 50% des journalistes du *Nouvel Observateur* qui publient des articles sur la culture sont des hommes). Cette différence s'explique en partie par la part plus importante dans ces deux journaux d'articles non signés. Enfin, seul *Le Nouvel Observateur* présente une signature groupée du chef de rubrique au sein des pages culturelles du magazine, les autres journaux n'ont pas eu recours à une coordination masculine.

Tableau 4. 7 Sexe des journalistes écrivant les articles scientifiques

Pourcentage d'articles sur la science en fonction du sexe du journaliste	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits par des journalistes femmes	0%	0%	0%	33,33%
Articles écrits par des journalistes hommes	50%	0%	100%	66,67%
Articles sans signature	50%	0%	0%	0%

Il convient de noter que *Le Devoir* n'a pas publié d'articles scientifiques pendant la période analysée. Ainsi, nous ne pouvons prendre en compte le quotidien québécois dans l'observation de la place des femmes journalistes au sein des rubriques scientifiques. En outre, aucune femme journaliste n'a écrit d'article scientifique pour les journaux français : l'entièreté des articles sur la science publiés dans *Le Nouvel Observateur* a été écrite par des hommes journalistes, tandis que dans *Le Monde*, si la moitié des articles de science a été publiée par des journalistes masculins, l'autre moitié des articles n'est pas signée. Ainsi, seul le magazine *L'Actualité* a eu recours à des femmes journalistes pour la publication d'un tiers des articles scientifiques, les deux autres tiers des articles ayant été écrits par des hommes journalistes. Nous pouvons donc établir un constat selon lequel les articles scientifiques demeurent l'apanage des hommes journalistes au sein de notre corpus.

Tableau 4. 8 Sexe des journalistes écrivant les articles technologiques

Pourcentage d'articles sur les technologies en fonction du sexe du journaliste	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits par des journalistes femmes	0%	0%	21,43%	0%
Articles écrits par des journalistes hommes	0%	0%	42,86%	0%
Articles écrits sous une coordination masculine	0%	0%	28,57%	0%
Articles sans signature	0%	0%	7,14%	0%

Comme seul *Le Nouvel Observateur* a publié des articles abordant les technologies pendant la période que nous avons analysée, nous ne pouvons pas établir de comparaison au sein de notre corpus en ce qui concerne les rubriques technologiques. Cependant, les statistiques que nous récoltées au sein du *Nouvel Observateur* révèlent une disparité genrée entre les articles publiés par les femmes et les hommes journalistes. En effet, tandis que 42% des articles technologiques sont signés par des hommes journalistes, 21% des articles sont écrits par des femmes journalistes, proportion moins importante que celle des articles non signés, qui constituent 28% des articles technologiques du *Nouvel Observateur* pendant la période étudiée.

Tableau 4. 9 Sexe des journalistes écrivant les articles sportifs

Pourcentage d'articles sur le sport en fonction du sexe du journaliste	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits par des journalistes hommes	100%	53,33%	100%	0%
Articles sans signature	0%	44,67%	0%	0%

L'Actualité n'ayant pas diffusé d'articles sportifs lors de notre période, nous ne pouvons inclure le bimensuel québécois dans la comparaison des résultats. Il convient de souligner qu'aucune femme journaliste n'a écrit d'article sportif au sein de l'ensemble de notre corpus. Ainsi, tous les articles sportifs du *Monde* et du *Nouvel Observateur* ont été signés par des hommes journalistes. Au *Devoir*, la moitié des articles sportifs ont été écrits par des hommes journalistes et l'autre moitié ne dispose pas de signature si ce n'est celle de l'agence de presse dont le quotidien québécois a repris la dépêche. Ainsi, le sport est une rubrique journalistique marquée par une faible représentation des femmes journalistes. Le sport demeure en 2013 l'apanage des journalistes masculins.

Cette façon de diviser les articles en rubriques et d'y observer la place des femmes et des hommes journalistes dans la rédaction des articles nous permet d'observer, pour les rubriques dont il vient d'être question, une nette discrimination genrée à l'égard de la distribution des sujets couverts par les journalistes hommes et les journalistes femmes. Nos données viennent donc soutenir les recherches scientifiques antérieures que nous avons relevées lors du chapitre I. En effet, nous pouvons observer que les articles traitant de politique, de société, de culture, de sport, de science ainsi que des

technologies sont plus souvent signés par des journalistes hommes que par des journalistes femmes.

Deux rubriques balancent entre une supériorité masculine et féminine : il s'agit des rubriques d'économie et d'éducation. Nous observons à l'aide des tableaux suivants que les chiffres de ces deux rubriques varient considérablement selon les journaux :

Tableau 4. 10 Sexe des journalistes écrivant les articles économiques

Pourcentage d'articles sur l'économie en fonction du sexe du journaliste	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits par des journalistes femmes	40%	18,33%	41,89%	50%
Articles écrits par des journalistes hommes	20%	50%	17,47%	30%
Articles écrits par des journalistes femmes et hommes	0%	1,67%	1,35%	0%
Articles sans signature	40%	30%	39,19%	20%

Les femmes journalistes semblent être plus nombreuses que leurs homologues masculins dans la rédaction d'articles économiques pour *Le Monde*, *L'Actualité* et *Le Nouvel Observateur*. En ce qui concerne *Le Devoir*, les hommes journalistes

apparaissent plus nombreux que les femmes journalistes à publier des articles sur l'économie, ce qui les distingue des autres journaux de notre corpus.

Tableau 4. 11 Sexe des journalistes écrivant les articles sur l'éducation

Pourcentage d'articles sur l'éducation en fonction du sexe du journaliste	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits par des journalistes femmes	42,86%	88,89%	0%	40%
Articles écrits par des journalistes hommes	50%	0%	0%	60%
Articles écrits par des journalistes femmes et hommes	7,14%	0%	0%	0%
Articles sans signature	0%	11,11%	0%	0%

Au vu de ces derniers chiffres, il semblerait que les femmes journalistes soient nombreuses à écrire les articles portant sur l'éducation, mais ne constituent pas pour autant la moitié des auteurs de cette rubrique. Les hommes signent plus de la moitié des articles d'éducation au *Monde* et à *L'Actualité*. Cela dit, au *Devoir*, les femmes écrivent plus des deux tiers des articles sur l'éducation et aucun homme journaliste ne signe les articles. Il s'agit donc encore une fois d'une différence notoire entre les deux quotidiens mais également au sein du corpus québécois. Il convient de noter que *Le Nouvel Observateur* n'a publié aucun article sur l'éducation pendant la période analysée.

D'autres rubriques révèlent une discrimination genrée marquée : les femmes journalistes de notre corpus traitent beaucoup plus souvent que leurs collègues

masculins des rubriques portant sur la santé et sur l'environnement. En prenant en compte les statistiques des articles sur l'éducation, nous pouvons donc appuyer les recherches scientifiques antérieures qui postulent que les rubriques où les femmes journalistes sont plus nombreuses que leurs homologues hommes traduisent le rôle social qui leur est traditionnellement assigné dans nos sociétés occidentales, à savoir un rôle de soin, d'assistance et d'éducation (Roventa-Frumusani, 2009, p. 12 et Debras, 2003).

Tableau 4. 12 Sexe des journalistes écrivant les articles sur la santé

Pourcentage d'articles sur la santé en fonction du sexe du journaliste	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits par des journalistes femmes	75%	77,78%	24,64%	91,67%
Articles écrits par des journalistes hommes	25%	0%	18,84%	8,33%
Articles sans signature	0%	22,22%	56,52%	0%

Les femmes journalistes écrivent en grand nombre les articles sur la santé au sein des quotidiens et magazines sélectionnés, sauf dans le cas du *Nouvel Observateur*, où la plupart des articles de santé publiés ne sont pas signés (représentant 56% de l'ensemble des articles sur la santé). Les deux quotidiens obtiennent des statistiques comparables avec respectivement 75% et 77% des articles signés par des femmes journalistes. La rubrique de la santé s'affirme alors comme une rubrique sexuellement

marquée puisque les femmes journalistes y écrivent plus d'articles que les hommes journalistes dans l'ensemble de notre corpus.

Tableau 4. 13 Sexe des journalistes écrivant les articles sur l'environnement

Pourcentage d'articles sur l'environnement en fonction du sexe du journaliste	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits par des journalistes femmes	72,73%	44,44%	0%	100%
Articles écrits par des journalistes hommes	27,27%	44,44%	16,67%	0%
Articles écrits par des journalistes femmes et hommes	0%	0%	83,33%	0%
Articles sans signature	0%	11,12%	0%	0%

L'environnement est une rubrique qui est plus souvent couverte par des journalistes femmes que par leurs homologues masculins pour les journaux *Le Monde* et *L'Actualité*. Tous les articles sur l'environnement de *L'Actualité* ont été signés par des femmes journalistes, ce qui contribue à faire de l'environnement un champ journalistique féminin, au même titre que le sport pour les hommes journalistes. Si *Le Nouvel Observateur* n'a publié aucun article sur l'environnement signé par une femme journaliste, il convient de mentionner que la grande majorité des articles sont signés à la fois par des hommes et par des femmes journalistes, constituant ainsi une

rubrique mixte au sein de l'hebdomadaire français. Le même nombre d'articles du *Devoir* sur l'environnement ont été signés par des femmes journalistes et par leurs collègues masculins. Une parité s'est donc installée dans la rubrique environnement du *Devoir*, du moins lors de la période que nous analysons.

Seul *Le Nouvel Observateur* a publié des articles traitant de la mode, ce qui ne nous permet pas de valider scientifiquement le gynocentrisme de l'actualité mode. Nous entendons par gynocentrisme, le point de vue se plaçant majoritairement du côté féminin :

Tableau 4. 14 Sexe des journalistes écrivant les articles sur la mode

Pourcentage d'articles sur la mode en fonction du sexe du journaliste	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits par des journalistes femmes	0%	0%	73,68%	0%
Articles écrits par des journalistes hommes	0%	0%	26,32%	0%

Ces différentes statistiques permettent de répondre à l'une de nos questions de recherche spécifiques. En effet, nous nous posons la question de savoir quelle part les femmes journalistes représentent dans la presse écrite. Notre réponse est rendue possible à l'aide des données statistiques que nous avons présentées plus haut. De telles données mettent en exergue la place minoritaire des femmes journalistes au sein des salles de rédaction de notre corpus, mais plus encore en termes de publications d'articles. Les femmes journalistes de notre corpus écrivent donc moins d'articles que leurs homologues masculins. Cela dit, beaucoup d'articles demeurent non signés et

peuvent donc être écrits aussi bien par des femmes journalistes que par des hommes journalistes. Il en va de même avec les articles qui sont publiés sous une coordination masculine et dont l'auteur reste inconnu. Les femmes journalistes représentent une bonne partie de la profession, mais la parité n'est pas encore acquise ou effective. Les hommes journalistes constituent plus de la moitié des journalistes qui forment notre corpus ; l'actualité présentée dans la presse écrite est dépeinte en grande partie par des hommes, laissant transparaître un point de vue masculin important et normalisé au sein des journaux.

En ce qui concerne la distribution des rubriques, nous constatons une disparité entre les thèmes en fonction du genre des journalistes, ce qui n'est pas sans rappeler les propos de Béatrice Damian-Gaillard et Eugénie Saitta. En effet, les deux auteures rappellent la répartition genrée des rubriques des journalistes :

Trouve-t-on des services et des rubriques plus « féminins », comme la mode, la culture ou la société, et les femmes travaillent majoritairement dans des domaines informationnels qui sont considérés comme une extension de leurs responsabilités domestiques et du rôle qui leur est socialement assigné de soin, d'éducation et d'humanité. La féminisation de la profession journalistique engage ainsi des processus de ségrégation à la fois verticale (accès aux positions de pouvoir) et horizontale (division thématique du travail journalistique) entre femmes et hommes. (Damian-Gaillard et Saitta, 2011)

Au vu de nos statistiques, nous observons que les femmes représentent une part plus importante des auteurs d'articles portant sur la santé, l'environnement et la mode, tandis que leurs homologues masculins se chargent des rubriques politiques, culturelles, sportives, scientifiques, technologiques et sur la société. Ainsi, nos statistiques ne démontrent pas tout à fait la même ségrégation horizontale au sein des rubriques culturelles et de société que celle mise en exergue par Béatrice Damian-

Gaillard et Eugénie Saitta (*ibid.*). Cela dit, les femmes journalistes signent plus d'articles reflétant un rôle social traditionnellement réservé aux femmes, à savoir des rubriques portant sur la santé, l'assistance, le soutien et le physique. Les femmes journalistes semblent ne pas pouvoir se frayer une place au sein de rubriques traditionnellement considérées comme masculines : contrairement à leurs homologues masculins, elles ne semblent pas être considérées comme compétentes écrire des articles traitant de sports, de culture, de sciences, de politique et de société. Cette distribution genrée des rubriques se retrouve aussi bien dans les quotidiens que dans les magazines, en France comme au Québec. En outre, le sexe des journalistes varie plus significativement entre les quotidiens et les magazines en ce qui concerne les rubriques d'économie et d'éducation. En effet, si une grande partie des articles d'économie du *Monde*, du *Nouvel Observateur* et de *L'Actualité* est écrite par des femmes journalistes, au *Devoir* ce sont les journalistes hommes qui signent la plupart des articles économiques. Ainsi, les femmes journalistes tendent à obtenir une place importante au sein des collaborateurs de la rubrique économique du quotidien français ainsi que dans les magazines français et québécois. Seul *Le Devoir* semble donc limiter cette rubrique à des journalistes hommes. Quant à la rubrique d'éducation, on observe que la majorité des articles du *Monde* et de *L'Actualité* est écrite par des journalistes hommes tandis qu'au *Devoir*, une large majorité des articles portant sur le domaine de l'éducation sont écrits par des femmes journalistes. Cela ne nous permet donc pas d'obtenir une réponse claire à l'égard de la place des femmes journalistes dans la rubrique d'éducation de notre corpus puisque les chiffres ne sont pas comparables.

4.1.2.2 Les femmes sujets d'une couverture médiatique

Afin de pouvoir prendre conscience d'une éventuelle sous-représentation des femmes dans la sphère médiatique, nous avons choisi d'observer le poids et la présence des femmes dans les journaux de notre corpus en tant que sujets d'une couverture médiatique. Ainsi, nous avons cherché à mesurer le nombre d'articles portant sur les femmes et sur le statut social des femmes, c'est-à-dire d'observer la présence de certains thèmes dans le but de comprendre si l'actualité de la presse écrite est présentée de manière paritaire.

Tableau 4. 15 Sexe des sujets des articles politiques

Pourcentage d'articles sur la politique en fonction du sexe des sujets	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits sur des femmes	5,56%	6,17%	11,64%	9,09%
Articles écrits sur des hommes	35,55%	22,22%	42,33%	13,64%
Articles écrits sur des hommes et des femmes	1,11%	2,47%	1,06%	9,09%
Articles écrits sans distinction genrée marquée	57,78%	69,14%	44,97%	68,18%

Peu d'articles politiques de notre corpus portaient sur des femmes ou sur le statut social des femmes, mais l'on peut observer que la proportion de leur représentation est plus élevée dans les magazines que dans les quotidiens étudiés. En effet, tandis que 11% et 9% des articles politiques du *Nouvel Observateur* et de *L'Actualité*

portaient principalement sur des femmes, au sein du *Monde* et du *Devoir*, les chiffres sont de 5% et 6%. Cela dit, il convient de noter que les articles politiques sur des hommes ne sont pas toujours beaucoup plus importants : ainsi, 22% des articles politiques du *Devoir* et 13% pour *L'Actualité* portaient sur des hommes. Cela s'explique par le nombre important d'articles politiques qui ne portent pas sur des personnes en particulier, et ainsi sur ce que l'on peut qualifier de sujet neutre. En effet, plus de la moitié des articles publiés au sein des rubriques politiques de notre corpus ne traite pas d'un genre en particulier. Mais lorsqu'un article aborde spécifiquement une personne, il s'agit plus souvent d'un homme que d'une femme. Les femmes semblent donc moins faire les nouvelles politiques que les hommes.

Tableau 4. 16 Sexe des sujets des articles économiques

Pourcentage d'articles sur l'économie en fonction du sexe des sujets	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits sur des femmes	20%	1,67%	2,7%	0%
Articles écrits sur des hommes	0%	0%	24,33%	10%
Articles écrits sans distinction genrée marquée	80%	98,33%	72,97%	90%

Nous avons constaté avec la rubrique politique qu'un grand nombre d'articles n'abordaient pas de thèmes portant sur des genres en particulier, demeurant neutres, sans distinction sexuelle spécifique. C'est également le cas dans la rubrique

économique de notre corpus. Ainsi, aucun article économique publié dans le bimensuel québécois ne portait sur des femmes, 2% des articles économiques du *Nouvel Observateur* et 1% pour *Le Devoir* faisaient le portrait de femmes. Aucun article économique du *Monde* et du *Devoir* ne portait sur des hommes, contre 24% au *Nouvel Observateur* et 10% à *L'Actualité*. Concernant *L'Actualité*, il convient de noter qu'aucun des articles économiques ne portait sur des femmes, les articles occultant la présence des femmes dans l'actualité économique. En outre, les statistiques du *Monde* à l'égard de la couverture médiatique des femmes dans la rubrique économique diffèrent de celle des autres journaux du corpus, car 20% des articles publiés portaient sur des femmes. Si ce chiffre demeure faible, il n'en reste pas moins qu'il est plus important que ceux relevés au sein des autres journaux.

Tableau 4. 17 Sexe des sujets des articles culturels

Pourcentage d'articles sur la culture en fonction du sexe des sujets	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits sur des femmes	6,01%	16,67%	11,52%	12,5%
Articles écrits sur des hommes	68,43%	36,9%	52,79%	50%
Articles écrits sur des hommes et des femmes	3,76%	4,76%	6,32%	20,83%
Articles écrits sans distinction genrée marquée	21,8%	41,67%	29,37%	16,67%

Les articles culturels viennent apporter de nouveaux indicateurs d'analyse en termes de mixité. Dans le cas d'articles culturels, il s'agit dans bien des cas de groupes de musique ou de troupes de théâtre où femmes et hommes collaborent. Ces articles culturels dits mixtes représentent 3% au *Monde*, 4% au *Devoir*, 6% au *Nouvel Observateur* et jusqu'à 20% dans *L'Actualité*. En ce qui concerne les articles culturels portant sur des femmes ou sur leur statut social, ils constituent 6% des articles culturels du *Monde*, 16% du *Devoir*, 11% du *Nouvel Observateur* et 12% de *L'Actualité*. L'écart entre les deux quotidiens est plus important que celui qui sépare les deux magazines d'information généraliste. Autres chiffres qu'il convient de mettre en avant dans cette rubrique culturelle, la proportion d'articles portant sur des hommes qui est très largement supérieure à celle des articles traitant des femmes. En effet, 36% des articles sur la culture du *Devoir* (plus de deux fois plus que sur les femmes), 50% à *L'Actualité* (soit cinq fois plus que sur les femmes), 52% au *Nouvel Observateur* (cinq fois plus que sur les femmes) et 68% au *Monde* (dix fois plus que sur les femmes) portent sur des hommes ou le statut social des hommes. Les femmes occupent donc un espace médiatique beaucoup plus réduit que les hommes au sein des rubriques culturelles de notre corpus.

Tableau 4. 18 Sexe des sujets des articles sur l'environnement

Pourcentage d'articles sur l'environnement en fonction du sexe des sujets	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits sur des hommes	0%	0%	10%	0%
Articles écrits sans distinction genrée	100%	100%	90%	100%

marquée				
---------	--	--	--	--

Aucun des articles de notre corpus sur l'environnement n'aborde le statut social des femmes ou ne dresse le portrait de femmes. Seul *Le Nouvel Observateur* traite d'hommes, à hauteur de 10% des articles sur l'environnement. Tous les autres journaux publient des articles dits neutres, où aucun genre n'est mis en exergue. Ainsi, le thème d'environnement est un thème principalement neutre.

Tableau 4. 19 Sexe des sujets des articles de société

Pourcentage d'articles sur la société en fonction du sexe des sujets	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits sur des femmes	14,56%	3,7%	17,91%	0%
Articles écrits sur des hommes	31,07%	22,22%	19,40%	0%
Articles écrits sur des hommes et des femmes	3,76%		5,97%	0%
Articles écrits sans distinction genrée marquée	21,88%	74,08%	56,72%	100%

On relève de nombreuses disparités entre les journaux de notre corpus à l'égard des articles de société. Si les journaux français de notre corpus publient une proportion comparable d'articles de société portant sur des femmes, seuls 3% des articles de société du *Devoir* dressent le portrait de sujets féminins tandis que plus de 22% de ces articles portent sur des hommes. Ainsi, les articles de société publiés dans *Le Devoir* traitent plus souvent d'hommes que de femmes, ce qui véhicule l'image selon laquelle les femmes n'auraient pas une place égale aux hommes, et que ce soit dans l'espace médiatique des rubriques de société ou dans la société elle-même. En outre, les articles de société de *L'Actualité* ne mettent en avant aucun genre en particulier. Ainsi, les journaux québécois véhiculent une actualité sur la société qui n'est pas centrée sur les femmes. Par ailleurs, la proportion d'articles neutres est plus grande au sein du *Devoir* et du *Nouvel Observateur*, qui prennent ainsi le parti de ne pas

distinguer les genres dans leurs articles de société. Seul *Le Monde* publie plus d'articles de société sur les hommes que des articles de société dits neutres.

Tableau 4. 20 Sexe des sujets des articles sportifs

Pourcentage d'articles sur le sport en fonction du sexe des sujets	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits sur des femmes	0%	5,56%	0%	0%
Articles écrits sur des hommes	100%	72,22%	100%	0%
Articles écrits sans distinction sexuelle genrée	0%	22,22%	0%	0%

Il convient de rappeler que *L'Actualité* n'a publié aucun article sportif pendant la période étudiée. Parmi le corpus restreint dont nous disposons, seul *Le Devoir* a diffusé des articles sportifs mettant en avant des femmes. *Le Devoir* a par ailleurs publié des articles sportifs ne prenant pas pour objet un genre spécifique. En effet, le journaliste Jean Dion a publié un article, nommé « Le choix botté », le 10 décembre 2013 traitant du sport virtuel et plus particulièrement au *football fantasy* (Dion, *Le Devoir*, 2013, p. 14). L'article traite de cette tendance à jouer en ligne avec des avatars des vrais sportifs, tout en combinant des statistiques et stratégies avec d'autres joueurs sur l'Internet. Si les sports joués représentent bien souvent des équipes masculines, il n'en reste pas moins que l'article ne fait pas mention de l'identité des joueurs en ligne, y compris de leur désignation genrée. Au contraire, tous les articles sportifs du *Monde* et du *Nouvel Observateur* abordent le sport masculin ou des hommes sportifs. Ainsi, si les femmes parviennent à prendre une place, même

moindre, au sein de l'actualité sportive du *Devoir*, l'actualité sportive des autres journaux est androcentrée et semble ne pas vouloir prendre en compte le sport féminin.

Tableau 4. 21 Sexe des sujets des articles sur l'éducation

Pourcentage d'articles sur l'éducation en fonction du sexe des sujets	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits sur des hommes	7,14%	0%	0%	0%
Articles écrits sur des hommes et des femmes	0%	16,67%	0%	0%
Articles écrits sans distinction sexuelle genrée	92,86%	83,33%	0%	100%

Le Nouvel Observateur n'ayant diffusé aucun article sur l'éducation au cours de la période analysée, nous observons la place des femmes médiatisées au sein du thème « éducation » dans *Le Monde*, *Le Devoir* et *L'Actualité*. Par ailleurs, aucun des articles sur l'éducation publiés dans *L'Actualité* ne traite d'un genre en particulier. Si la grande majorité des articles sur l'éducation du *Monde* et du *Devoir* ne fait pas non plus de distinction genrée, une différence s'établit entre les deux quotidiens : le reste des articles publiés dans cette rubrique traite de femmes au *Monde* et d'hommes au *Devoir*.

Tableau 4. 22 Sexe des sujets des articles scientifiques

Pourcentage d'articles sur la science en fonction du sexe des sujets	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits sur des hommes	0%	0%	0%	33,33%
Articles écrits sans distinction genrée marquée	100%	0%	100%	66,67%

En ce qui concerne les articles scientifiques, *Le Devoir* n'a pas publié d'article dans cette rubrique lors de la période observée : nos interprétations excluent donc le quotidien québécois. Seul *L'Actualité* met en avant le genre masculin, pour une minorité des articles scientifiques qu'il diffuse. Le corpus français ne traite d'aucun genre spécifique dans les articles scientifiques, ne faisant donc aucune distinction genrée.

Tableau 4. 23 Sexe des sujets des articles sur la santé

Pourcentage d'articles sur la santé en fonction du sexe des sujets	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits sur des femmes	0%	22,22%	7,25%	0%
Articles écrits sur des hommes	0%	0%	14,49%	0%
Articles écrits sans distinction genrée marquée	100%	77,78%	78,26%	100%

Il convient de noter que *L'Actualité* et *Le Monde* ne font aucune distinction genrée dans leurs articles sur la santé. Une grande propension des articles sur la santé dans *Le Devoir* et *Le Nouvel Observateur* n'accorde pas de préférence à l'un des genres. Seul *Le Nouvel Observateur* traite d'hommes au sein des articles de santé publiés. Tandis que 7% des articles sur la santé diffusés dans l'hebdomadaire québécois mettent en avant des femmes ou le statut social des femmes, la proportion est plus élevée dans le quotidien québécois : 22% de tous les articles scientifiques.

Tableau 4. 24 Sexe des sujets des articles sur la mode

Pourcentage d'articles sur la mode en fonction du sexe des sujets	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits sur des femmes	0%	0%	31,58%	0%
Articles écrits sur des hommes	0%	0%	10,53%	0%
Articles écrits sur des hommes et des femmes	0%	0%	15,79%	0%
Articles écrits sans distinction genrée marquée	0%	0%	42,1%	0%

Comme seul *Le Nouvel Observateur* a publié des articles sur la mode, nous ne pouvons pas généraliser les résultats. Cela dit, nous pouvons observer que les articles de mode de l'hebdomadaire français se répartissent entre le genre féminin mis en exergue (pour 31% des articles) et aucune distinction genrée marquée (pour 42% des

articles). Des articles de mode du *Nouvel Observateur* traitent également des deux genres et des hommes, mentionnant donc les deux genres au sein de l'information mode.

Tableau 4. 25 Sexe des sujets des articles technologiques

Pourcentage d'articles sur les technologies en fonction du sexe des sujets	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Articles écrits sans distinction genrée marquée	0%	0%	100%	0%

Seul *Le Nouvel Observateur* a publié des articles sur les technologies et aucun de ces articles ne fait pas de distinction entre les deux genres. L'information technologique du *Nouvel Observateur* n'est donc pas genrée, elle est neutre.

L'on peut donc observer une réelle disparité au niveau de la distribution des rubriques en fonction du sexe des sujets, des figurants et des intervenants. Les données récoltées au cours de notre recherche appuient les recherches scientifiques antérieures qui mettent en avant le moindre poids des femmes comme sujets médiatisés au sein de la presse écrite (Roventa-Frumusani, 2009, p. 12). À la suite de la revue de littérature que nous avons établie dans les chapitres précédents et des données que nous avons analysées, nous pouvons établir que les femmes occupent un espace médiatique moins important que les hommes et qu'elles sont plus souvent le sujet principal de rubriques venant rappeler le rôle social qui leur est traditionnellement réservé. Des recherches scientifiques antérieures relevaient une distribution genrée au

sein de certaines rubriques, témoignant entre autres que « la politique/l'actualité du gouvernement, les sports, les rubriques féminines comptent parmi les sujets les plus « marqués » sexuellement. » (Ceulemans et Fauconnier, 1979, p. 72). Nos résultats chiffrés nous permettent de répondre à une partie de notre deuxième question de recherche spécifique, à savoir quelle place est accordée aux femmes dans les journaux. En choisissant d'établir une comparaison statistique de la distribution des rubriques en fonction du genre des sujets médiatisés, nous pouvons observer la place des femmes sujets d'une couverture médiatique en termes de leur présence dans les rubriques des journaux. Ainsi, avec ces statistiques, nous observons que les femmes sont plus souvent le sujet principal d'article en santé et en mode. Cela n'est pas sans rappeler les propos des chercheuses Christine Planté et Marie-Ève Thérienty concernant la distribution genrée des rubriques et son incidence sur la représentation des femmes : « Dans le journal quotidien au XIXe siècle, les rubriques et leurs frontières renvoient d'une manière normée et prescriptive à une sexuation du journal qui reproduit les mêmes décisions que la société en diffusant un espace public plutôt masculin et en marge un espace privé plutôt féminin » (Thérienty, 2009). En effet, si elles font l'objet de moins d'articles que les hommes dans les rubriques économiques, culturelles et de société, les femmes sont plus souvent au cœur des articles de ces rubriques que dans le reste des articles de notre corpus. Les femmes sont moins souvent les sujets d'articles que les hommes au sein des publications sélectionnées, représentant moins d'un quart des articles de toutes les rubriques confondues. Il paraît nécessaire de rappeler qu'au sein de notre corpus, aucun article des rubriques sur les technologies, la science, l'éducation et sur l'environnement ne prend pour sujet principal des femmes.

Nous avons par ailleurs comptabilisé les personnes mentionnées, les experts et les témoins cités au sein des articles en fonction de leur sexe. Nous entendons par experte une personne à qui le journaliste attribue un savoir objectif et scientifique, dont

l'information peut être considérée comme fiable. *A contrario*, nous entendons par témoin une personne dont le discours est subjectif, personnel et émotionnel. L'information véhiculée par le témoin n'est pas perçue comme scientifiquement valable, elle permet plutôt de comprendre l'état d'esprit d'un groupe d'individus. Enfin, nous entendons par personnes mentionnées toute personne dont le nom est cité au sein des articles, mais à qui l'on n'attribue aucun discours. En comptabilisant ces différents indicateurs, nous pouvons avoir un meilleur aperçu non seulement du traitement médiatique des genres, mais encore de leur présence numérique au sein du corpus. Il convient de noter qu'en ce qui concerne les citations et témoignages anonymes, nous avons seulement pris en compte les personnes mentionnées par leur seul prénom ou leur seul patronyme. Ainsi, des formules telles que « un voisin » ou encore « un haut fonctionnaire étranger » n'ont pas été comptabilisées. Toutes ces informations ont été retranscrites dans les tableaux suivants :

Tableau 4. 26 La place des experts selon leur sexe

Pourcentage d'experts selon leur sexe	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Expertes	19,11%	24%	21,53%	22,81%
Experts	80,89%	76%	78,47%	77,19%

Les statistiques que nous avons récoltées nous permettent de noter que la très grande majorité des experts cités sont des hommes : dans toutes les publications, au moins 3 experts sur 4, voire 4 sur 5 sont des hommes. Ainsi, les journaux ont moins souvent recours à des expertes qu'à des hommes experts lorsqu'il s'agit d'informer leur lectorat. Nous avons vu au cours des chapitres précédents qu'environ 20% des experts cités dans les médias français étaient des femmes (Reiser et Grésy, 2011, p. 3). Nos statistiques nous permettent d'observer une moyenne comparable au sein de notre

corpus aussi bien français que québécois. Ainsi les femmes sont moins souvent perçues comme expertes dans leur domaine, les journalistes leur préférant leurs collègues masculins. Il en résulte une moindre prise en compte de la parole des femmes et une plus grande visibilité des hommes et de leur savoir.

Tableau 4. 27 La place des témoins selon leur sexe

Pourcentage de témoins selon leur sexe	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Témoins féminins	25,36%	30,34%	32,47%	31,58%
Témoins masculins	74,64%	69,66%	67,53%	68,42%

Nous pouvons relever de nos statistiques que les femmes sont moins souvent sollicitées comme témoins que les hommes. Si on compare ces données avec celles présentées dans le tableau 4.26, nous remarquons que les femmes sont toutefois plus souvent citées comme témoins que comme expertes. En effet, 25% des témoins du *Monde*, 30% au *Devoir*, 32% au *Nouvel Observateur* et 31% de *L'Actualité* sont des femmes. Les journaux de notre corpus ont donc plus souvent recours aux hommes qu'aux femmes en termes de témoignages. Ils ont également plus souvent recours à des femmes témoins qu'à des femmes expertes, ce qui tend à faire de la parole féminine un témoignage, un discours subjectif et émotionnel plutôt que scientifique, objectif.

Tableau 4. 28 La proportion de femmes et d'hommes cités

Pourcentage de personnes mentionnées selon leur sexe	<i>Le Monde</i>	<i>Le Devoir</i>	<i>Le Nouvel Observateur</i>	<i>L'Actualité</i>
Femmes mentionnées	18,22%	21,34%	18,57%	17,68%
Hommes mentionnés	81,78%	78,66%	81,43%	82,32%

Nous avons enfin comptabilisé les personnes mentionnées dans les articles en fonction de leur genre afin d'observer la place des femmes citées dans notre corpus. Nous pouvons noter qu'une moyenne de 20% des personnes mentionnées au sein de notre corpus est constituée de femmes, ce qui est comparable aux statistiques relevées par Fabien Lebrun. Selon le chercheur, les femmes « ne représentent en France que 17,25% du total des personnes citées » (Lebrun, 2007, p. 353). Et au sein de notre corpus français, les femmes mentionnées représentent entre 17,68% (dans *Le Nouvel Observateur*) et 18,22% (dans *Le Monde*) du nombre total de personnes mentionnées, ce qui rejoint la présence des femmes dans les médias français observée six ans plus tôt par Fabien Lebrun. Les femmes représentent donc une faible proportion des personnes mentionnées dans les articles des quotidiens et des magazines que nous étudions. Les femmes sont moins présentes que les hommes au sein de notre corpus, les hommes étant plus souvent nommés que les femmes.

Les femmes sont donc moins souvent mentionnées, citées comme expertes ou témoins que les hommes. Leur expertise est moins souvent mise en exergue par rapport à celle de leurs homologues masculins. La parole médiatique ne légitime donc pas systématiquement leur expertise. Notre corpus participe ainsi de l'image selon laquelle la légitimité sociale, politique et publique du savoir demeure l'apanage des

hommes, ce qui n'est pas sans rappeler les recherches de l'historienne Michèle Perrot qui met en avant le fait que le Verbe est l'apanage des dirigeants (Perrot, 1998, p. 260). Nos statistiques viennent confirmer le constat de sous-représentation des femmes dans les médias relevé par de nombreux chercheurs. En 2007, Fabien Lebrun soulignant cette sous-médiatisation, affirmait que « les femmes intéressent peu les médias, l'information s'écrit ou se raconte au masculin » (Lebrun, 2007, p. 353). En effet, nous pouvons constater à l'aide de nos statistiques qu'en 2013 les femmes sont toujours moins souvent mentionnées, citées et décrites dans la presse écrite que les hommes, et ne sont encore pas nombreuses à intégrer le débat public. Cette sous-représentation médiatique des femmes contribue à reproduire une actualité androcentrée, ou du moins une communication genrée spécifique. Selon Fabien Lebrun, en privilégiant la parole des hommes, « les médias participent donc à l'invisibilité politique et sociale des femmes, ils renforcent leur marginalisation dans le discours public » (*ibid.*, p. 354). Et cette manière de présenter la société actuelle conduirait à légitimer la domination masculine au sein de la sphère médiatique et publique, ou du moins à la normaliser.

Enfin, en comptabilisant les sujets médiatisés ainsi que le recours aux experts et aux témoins et les personnes mentionnées dans notre corpus, nous pouvons valider notre deuxième hypothèse de recherche. Cette deuxième hypothèse de recherche suppose que « les femmes sont moins souvent présentes que les hommes au sein des articles de presse écrite d'information générale en tant que sujets d'une couverture médiatique ». Les statistiques que nous avons récoltées mettent en exergue la sous-représentation des femmes comme sujets d'une couverture médiatique, dans toutes les rubriques sauf celles portant sur la santé et sur la mode, ainsi que la moindre présence des femmes en tant qu'expertes, témoins et personnes citées par rapport aux hommes. Nous pouvons donc confirmer que les femmes occupent une moindre place dans les

journaux étudiés que les hommes, faisant moins souvent l'objet d'articles et moins souvent citées à titre d'expertes ou de témoins que les hommes.

4.2 Analyse qualitative

4.2.1 Analyse des textes

Après avoir dressé le portrait quantitatif de notre corpus et observer la présence des femmes journalistes et des femmes sujets d'une couverture médiatique au sein des journaux analysés, nous nous intéressons désormais à la façon dont les femmes et leur statut social sont évoqués, cités et traités dans des articles sélectionnés. Afin de mieux comprendre la place des femmes dans la presse écrite, il convient d'étudier certes leur présence quantitative au sein des journaux, mais plus encore le traitement médiatique qui leur est fait. Car si la presse écrite d'information générale informe sur le monde et les individus qui le peuplent, elle offre aussi une vision des genres au même titre qu'elle traite des événements politiques, économiques ou sportifs : « Pour bien rendre compte de l'image des femmes diffusée par les médias d'information, il est nécessaire, au-delà de l'analyse de la visibilité, de se pencher sur le contenu même du discours journalistique qui mentionne les femmes » (Bamberger, 2002, p. 41). Notre analyse qualitative s'est effectuée au cours de trois étapes successives et distinctes nous permettant d'appréhender le traitement médiatique des femmes dans notre corpus. Nous avons pris comme références les étapes d'analyse de contenu décrites par Jean de Bonville : « toute analyse de contenu correctement menée comprend trois phrases principales, elles-mêmes subdivisées en un nombre variables d'étapes : la préparation de l'analyse, le traitement des données et l'interprétation des résultats » (2000, p. 23). Ainsi, nous avons fait le choix de diviser notre travail qualitatif en suivant ces étapes afin d'obtenir des résultats fiables et le plus objectifs possibles.

4.2.1.1 Présentation de l'analyse

Il convient tout d'abord de clarifier la composition de notre échantillon pour l'analyse qualitative. Compte tenu du temps limité dont nous disposons et de notre désir de produire une analyse détaillée et approfondie, nous avons pris le parti d'étudier un échantillon réduit, nous limitant uniquement à quelques articles de notre corpus. Nous avons donc choisi d'observer les unités textuelles portant sur les femmes ou sur leur statut social afin d'analyser directement le traitement médiatique qui leur est imparti. Ainsi, nous avons retenu deux articles pour chaque journal étudié, ce qui équivaut à un total de huit articles à analyser. Les huit articles sélectionnés sont les suivants (voir les annexes 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 et 13) :

- Lina Dib, « Insultée, une élue du NPD en appelle au président », *Le Devoir*, 10 décembre 2013, p. 4 (Annexe 6) ;
- Véronique Dupont, « GM assoit une femme au volant de l'entreprise », *Le Devoir*, 11 décembre, p. 11-12 (Annexe 7) ;
- Jean-Baptiste de Montvalon, « La discrète montée en puissance de Martine Aubry contrariée par la justice », *Le Monde*, 12 décembre 2013, p. 9 (Annexe 8) ;
- Christine Legrand, « Mme Bachelet grande favorite de la présidentielle chilienne », *Le Monde*, 15 décembre 2013, p. 3 (Annexe 9) ;
- Louis Morice, « La dure de chez Doux », *Le Nouvel Observateur*, 7 novembre 2013, p. 48 (Annexe 10) ;
- Marie-Hélène Martin, « Révolution à l'anglaise », *Le Nouvel Observateur*, 21 novembre 2013, p. 99 (Annexe 11) ;
- Chantal Hébert, « Effets « per-verts » », *L'Actualité*, 1^{er} novembre 2013, p. 49 (Annexe 12) ;
- Carole Beaulieu, « Les pommes de Pauline », *L'Actualité*, 15 novembre 2013, p. 3 (Annexe 13).

Quatre de ces articles sont écrits par des femmes journalistes et deux par des hommes journalistes. Les articles appartiennent également à des rubriques diverses : politique nationale, politique internationale, économie et société. Ainsi, nous avons choisi des articles écrits par différents journalistes, appartenant à diverses rubriques, ce qui offre une représentation diversifiée de l'information telle qu'elle peut être publiée habituellement dans les médias imprimés. Nous n'avons pas fait le choix d'analyser des interviews, afin de nous focaliser sur ce qui est dit des femmes par les journalistes ainsi que par les témoins et experts mentionnés au cours des unités rédactionnelles. En outre, nous avons choisi d'analyser autant des articles que des éditoriaux, ce qui nous permet d'avoir un mélange d'informations et de commentaires au sein de notre corpus d'analyse qualitative. Si notre échantillon est limité, nous tentons de reproduire la diversité des unités rédactionnelles publiées par la presse écrite. Nous ne prétendons donc pas à une représentativité des journaux sélectionnés ni de la presse écrite, mais cherchons à observer au sein de différentes rubriques, dans diverses publications et sous différentes plumes, la manière dont les femmes sont mentionnées dans la presse écrite et la façon dont l'information présente les femmes et leur statut social.

Nous tentons de discerner dans chacun des articles analysés les grandes lignes de la structure journalistique, dans le but de comprendre de quoi il est question et de qui l'on parle. Plus spécifiquement, nous avons étudié chacune des unités textuelles distinctivement, selon trois étapes successives. Tout d'abord, nous décrivons l'unité rédactionnelle choisie en tentant de répondre aux questions suivantes : Quel(s) sujet(s) fait/font l'objet de l'article ? À quelle date se rapportent les faits reportés ? Quelle est l'information essentielle ? Quelle place détient la femme présentée dans l'article ? Comment est-elle décrite ? À cette brève étape descriptive suit une analyse de la forme énonciatrice, à savoir les temps verbaux et la voix verbale (si les verbes

sont à la voix active ou passive, par exemple), l'utilisation des adjectifs qualitatifs et attributs, des figures de style ainsi que des réseaux sémantiques. Cette deuxième étape permet de mieux comprendre les traces discursives qui construisent l'image des femmes dans la presse écrite française et québécoise. Enfin, afin d'obtenir des résultats comparables, nous avons dressé une grille d'analyse qualitative (voir l'annexe 5). Nous distinguons donc plusieurs catégories que nous observons au sein de chaque unité rédactionnelle. Nous avons pris soin de classer ces catégories selon les quatre qualités mises en exergue par le théoricien Roger Mucchielli :

Exhaustives (toutes les unités de sens sont distribuées dans les catégories. La liste de celles-ci épuise les caractéristiques de ces unités) ; exclusives (les catégories sont distinctes ; un même élément ne peut appartenir à deux catégories à la fois et sous le même rapport) ; objectives (intelligibles à plusieurs codeurs) ; pertinentes (en rapport avec d'une part les objectifs de l'analyse, d'autre part le contenu à analyser). (Mucchielli, 2006, p. 46)

En utilisant une même grille d'analyse pour l'ensemble de cet échantillon qualitatif, nous cherchons à repérer les indices qui nous permettent d'observer les représentations sociales et médiatiques des femmes et de leur statut social. Nous tentons alors de déceler une différence dans le traitement discursif des femmes, traitement qui participerait de leur marginalisation. Pour ce faire, nous nous inspirons en partie des caractéristiques relevées par Marlène Coulomb-Gully et Cécile Méadel :

Parmi les différents attributs possibles qui vont signer dans les enquêtes des caractéristiques de Genre différenciées, on note la spécification de l'activité professionnelle versus la non-qualification, la présentation nominative de la personne versus la présentation anonyme, la dénomination par le nom complet versus la désignation par le seul prénom, l'identification comme victime versus la désignation comme participant actif, la qualification par ses caractéristiques propres versus la caractérisation relationnelle (femme de, fille de, mère de) ou comme élément indifférencié

d'un ensemble (ouvrière de). (Coulomb-Gully et Méadel, in Coulomb-Gully, 2011, p. 22)

En outre, notre analyse qualitative s'intéresse à la place accordée à l'apparence et au thème de la vie domestique. Ainsi, nous analysons les mots ou familles de mots rappelant les attributs physiques et le statut familial ou matrimonial. Dans les cas où un homme est mentionné dans un article portant sur une femme, nous cherchons à voir si sa présence vient légitimer la couverture médiatique de la femme en question.

4.2.1.2 Traitement des données

Notre démarche qualitative nous permet de relever les discours véhiculés par les quatre journaux de notre corpus. Plus spécifiquement, nous nous attachons à observer le texte sous toutes ses facettes, depuis le titre jusqu'aux adjectifs qualitatifs attribués aux femmes, afin d'y étudier la manière dont on s'adresse aux femmes ainsi que la façon dont on traite d'elles et de leur statut social dans les unités rédactionnelles sélectionnées :

Il s'agit de repérer ce dont on parle et comment on en parle, donc de repérer les segments qui renvoient au thème à travers les objets des discours que l'on repère et leur progression ou leur transformation au fil du texte. (Moirand, 2006, p. 307)

4.2.1.2.1 Les titres des articles révélateurs

De prime abord, il convient de rappeler que les titres sont très évocateurs et représentatifs de l'ensemble de l'article. Ils doivent donc être analysés en tant que tels. En effet, ils sont la première porte d'entrée dans le texte journalistique, offrant les informations nécessaires pour comprendre le sujet de l'article. Trois titres des

unités rédactionnelles qui forment notre échantillon qualitatif traitent d'une femme en la présentant dans une posture de pouvoir : « GM assoit une femme au volant de son entreprise » (Dib, *Le Devoir*, 11 décembre 2013, p. 11-12) ; « Mme Bachelet grande favorite de la présidentielle chilienne » (Legrand, *Le Monde*, 15 décembre 2013, p. 3) ; « La Dure de chez Doux » (Morice, *Le Nouvel Observateur*, 7 novembre 2013, p. 48). Si l'article du *Devoir* utilise une métaphore pour annoncer que Mary Barra devient la première femme à obtenir le poste de directrice générale de la compagnie General Motors, il faut attendre le premier paragraphe pour que cette dernière soit nommée. Nous avons observé que dans d'autres articles publiés dans *Le Devoir* et dont l'objet principal est un homme, celui-ci est nommé dès le titre ou le chapeau de l'article : « Philippe Couillard en route pour le Québec » (Loisel, *Le Devoir*, 10 décembre 2013, p. 1) ; « Dimitri Soudas est de retour dans le giron conservateur » (La Presse canadienne, *Le Devoir*, 9 décembre 2013, p. 4) ; « Duchesne ouvert à un enseignement multidisciplinaire » (Gervais, *Le Devoir*, 13 décembre 2013, p. 4). En outre, le journaliste Louis Morice du *Nouvel Observateur* insiste plus sur un trait de caractère de Nadine Hourmant que sur sa position ou son combat syndicaliste, ne la nommant qu'à partir du premier paragraphe et la désignant seulement par les termes « une syndicaliste » et « l'une des figures de proue » au sein du sous-titre. Il convient de noter que la photographie choisie dans le cadre de cet article se fait le reflet du titre : l'expression faciale de Nadine Hourmant, micro à la main, représente une émotion de colère. Si le titre « La discrète montée en puissance de Martine Aubry contrariée par la justice » (de Montvalon, *Le Monde*, 12 décembre 2013, p. 9) évoque quant à lui une posture de pouvoir pour Martine Aubry, cette posture est accolée à deux points négatifs : un adjectif qualificatif venant décrire une position réservée et un obstacle à l'ascension de la maire de Lille. Le titre de Lina Dib dans *Le Devoir* évoque pour sa part une posture de victime : « Insultée, une élue du NPD en appelle au président » (Dib, *Le Devoir*, 10 décembre 2013, p. 4). Comme pour les titres mentionnés plus haut, le nom de Charmaine Borg est donné au sein du premier paragraphe, mais avant celui de Jean-Guy Dagenais, le député en position

d'agresseur. Charmaine Borg est donc représentée dans un rôle passif de victime. Deux titres d'articles portant sur des femmes et leur statut social ne mentionnent pas de femmes, occultant ainsi le genre de l'objet de l'article : il s'agit de l'article « Révolution à l'anglaise » (Martin, *Le Nouvel Observateur*, 21 novembre 2013, p. 99) et « Effets « per-verts » » (Hébert, *L'Actualité*, 1^{er} novembre 2013, p. 49). Ainsi, s'il est question de femmes dans ces deux articles, les titres ne soulignent pas pour autant cet aspect genré, préférant mentionner un autre thème de l'article. Enfin, le titre de l'éditorial de Carole Beaulieu met en jeu une métaphore sur les pommes bibliques d'Adam et Ève, ne mentionnant que le prénom de la première ministre du Québec, Pauline Marois : « Les Pommes de Pauline » (Beaulieu, *L'Actualité*, 15 novembre 2013, p. 3). Le recours à la métaphore biblique et l'occultation du nom de famille de Pauline Marois conduisent à briser la distance entre la fonction de première ministre du Québec et le lecteur, installant une certaine connivence mais en n'exprimant pas le respect normalement dû à un tel titre officiel. Un titre de l'article du *Nouvel Observateur* du 28 novembre 2013, écrit par Julien Martin, vient rappeler cette même absence de distance et de respect cette fois-ci pour la première dame de France, Valérie Trierweiler : « Tatie Valérie » (Martin, *Le Nouvel Observateur*, 28 novembre 2013, p. 54). L'usage du prénom seul ou l'absence de nomination du titre occupé par une femme tend à effacer sa présence ou à la priver de pouvoir, de prestige et d'expertise. La femme est renvoyée à son prénom ou à la non-nomination de son occupation, limitant ainsi sa légitimité dans l'espace médiatique par rapport à un homme nommé par son titre et son patronyme (El Yamani, 1998, p. 232).

4.2.1.2.2 Jean-Baptiste de Montvalon, « La discrète montée en puissance de Martine Aubry contrariée par la justice », *Le Monde*, 12 décembre 2013, p. 9

Au sein de cet article du *Monde*, le journaliste Jean-Baptiste de Montvalon décrit Martine Aubry seulement par son titre de maire. Son titre actuel de « maire socialiste de Lille » ainsi que ses anciens titres d' « ancienne candidate à la primaire de 2011 », d' « ancienne ministre » sont ainsi mentionnés pour la nommer ou rappeler sa position politique. Martine Aubry se voit attribuer des verbes d'action ainsi que des verbes à la voix active, ce qui tend à souligner son rôle d'agent et à lui procurer une certaine légitimité : « Martine Aubry devra lever l'hypothèque judiciaire », « la maire socialiste de Lille devra mener campagne pour sa réélection », « Mme Aubry avait pu avancer un peu plus librement ses pions sur l'échiquier politique », etc. En outre, au cours de l'article, les autres personnes mentionnées à titre de témoins de la montée en puissance de Martine Aubry et de sa popularité auprès de l'opinion publique sont également seulement nommés par leur prénom, patronyme et titre officiel : « dit la ministre chargée de la réforme de l'État, Marylise Lebranchu », « relève également le député de la Nièvre Christian Paul », « souligne son collègue des Hauts-de-Seine, Jean-Marc Germain ». Un certain lien d'égalité est donc mis en place entre ces différentes personnes, sans distinction genrée. L'article évoque l'arrêt de la Cour de cassation, remettant en contexte l'affaire juridique de l'amiante. Il n'est nulle part fait mention des attributs physiques ou du statut matrimonial de Martine Aubry. Les seules informations présentes au sein de l'article sont des informations essentielles à la compréhension du sujet journalistique. Dans ce dernier cas, le traitement médiatique de Martine Aubry semble non sexiste. Martine Aubry est présentée dans sa fonction sans aucune mention de sa sphère domestique, de son apparence et aucun commentaire stéréotypé n'est présent.

4.2.1.2.3 Christine Legrand, « Mme Bachelet grande favorite de la présidentielle chilienne », *Le Monde*, 15 décembre 2013, p. 3

L'article de Christine Legrand présente les objectifs et promesses électorales de la candidate Michelle Bachelet pour les élections présidentielles chiliennes. L'ancienne présidente est d'abord nommée par son patronyme dans le titre de l'article avant d'être nommée par la suite par son prénom et son nom de famille. La première information qui nous est donnée dans les paragraphes formant l'article est son âge. En effet, l'article débute par la phrase suivante : « À 62 ans, la socialiste Michelle Bachelet est la favorite du second tour de l'élection présidentielle au Chili, dimanche 15 décembre ». Son âge est la première information qui apparaît non seulement dans cette phrase mais aussi dans l'article. Sa formation politique, sa position de favorite de l'élection présidentielle sont mises au second plan dans la phrase, constituant des compléments d'objet. Les anciens titres officiels de Michelle Bachelet sont mentionnés au cours d'une phrase de l'article : « Première femme élue à la présidence du Chili en 2006, elle a été ministre de la santé en 2000 et, deux ans plus tard, la première femme ministre de la défense d'Amérique latine ». L'article présente donc à mettre en exergue l'expérience politique et les fonctions déjà occupées par Michelle Bachelet, afin de légitimer sa présence au sein de la course électorale et plus globalement au sein de la haute sphère politique. Cela dit, la journaliste Christine Legrand ne met pas l'accent sur la façon dont la candidate à la présidence chilienne parvient à briser le plafond de verre, ni sur la faible représentation des femmes à la tête des gouvernements. En outre, le statut matrimonial de Michelle Bachelet est mentionné, ce qui ne semble n'avoir aucun lien avec ses positions politiques, ses promesses électorales ni son caractère : « Pédiatre de formation, divorcée et agnostique dans un pays où l'Église catholique est puissante ». En outre, si ses croyances religieuses sont également rappelées, il s'agissait de souligner une différence par rapport à la majorité de la population chilienne. Ainsi, Christine Legrand vient mettre en lien les croyances religieuses, la formation professionnelle de la candidate à la présidentielle avec sa sphère domestique. Quelques pages plus loin, toujours dans *Le Monde* des 15 et 16 décembre 2013, un article est diffusé sur Enda Kenny, premier ministre irlandais (Gatinois, *Le Monde*, 15 décembre 2013, p. 4). Il

convient de souligner que le titre de l'article « Enda Kenny, un homme ordinaire, sauveteur de l'Irlande » vient déjà s'opposer au « Mme Bachelet » de l'article écrit par Christine Legrand. Dans l'article de Claire Gatinois, il est fait mention de son âge et de son ancienne carrière professionnelle mais de manière tout à fait différente. En effet, lorsque la journaliste donne l'âge du premier ministre irlandais, c'est pour mieux insister sur ses années d'expérience en politique : « À 62 ans, dont près de quarante en politique ». Et son ancienne profession n'est pas décrite dans une phrase faisant mention de son statut matrimonial – d'ailleurs son statut familial et matrimonial ne sont jamais écrits dans cet article –, mais plutôt pour éviter de répéter son nom et sa fonction qui le présentaient plus haut : « Dimanche 15 décembre, c'est à lui, l'ancien instituteur, que l'on saura gré d'avoir libéré l'ex « tigre celtique » du joug de la « troïka » ». Enfin, la sphère familiale de Michelle Bachelet est également mentionnée au cours de l'article afin de souligner le passé difficile de la candidate, et son lien avec la torture : « Michelle Bachelet et sa mère ont été arrêtées et torturées après le coup d'État militaire de 1973. Son père, le général Alberto Bachelet, est mort à 51 ans, dans une prison militaire, des suites des tortures infligées par ses pairs ». Il convient de rappeler que dans ces phrases, la mère de Michelle Bachelet – mentionnée dans son rôle de victime – n'est pas nommée, contrairement à son père. Enfin, aucun expert ni témoin n'est mentionné au cours de l'article. Seul le discours de Michelle Bachelet est véhiculé, sans aucun besoin d'être secondé par d'autres candidats ou des membres de son équipe de campagne électorale. Sa parole se légitimerait donc par elle-même.

4.2.1.2.4 Lina Dib, « Insultée, une élue du NPD en appelle au président », *Le Devoir*, 10 décembre 2013, p. 4

Si le titre de l'article de Lina Dib met l'accent sur Charmaine Borg et le point de privilège qu'elle a soulevé contre Guy Dagenais, l'article évoque plutôt une dissension entre le sénateur et la députée, sur fond de constat de manque de parité en politique. En effet, à plusieurs reprises il est sous-entendu que les femmes sont peu nombreuses à entrer en politique, ce qui serait la conséquence de remarques sexistes et désobligeantes : « ce n'est certainement pas avec des choses comme ça que nous allons réussir à encourager plus de jeunes femmes à s'engager en politique », « les attaques personnelles n'avaient pas leur place en politique et qu'elles décourageaient particulièrement les jeunes femmes de faire de la politique ». En outre, Charmaine Borg est ici présentée sous une posture défensive, de victime comme viennent le souligner les termes suivants : « Insultée, une élue NPD en appelle au président », « selon la députée insultée », « elle s'est dite particulièrement dégoutée », etc. Les verbes employés avec la députée NPD sont des verbes discursifs la présentant là encore sur la défensive : « a-t-elle déploré », « la députée s'est défendue », « a protesté Mme Borg ». La journaliste Lina Dib évoque des questions qui ont été posées par Charmaine Borg : « À la sortie des Communes, en réponse aux questions des journalistes, la députée s'est défendue d'avoir l'épiderme trop sensible. « Ce n'est pas une question d'être *tough*, a protesté Mme Borg » ». Ces phrases viennent sous-tendre un sexisme latent de la part des journalistes qui viennent questionner la réaction de Charmaine Borg pourtant insultée par Jean-Guy Dagenais, plutôt que de questionner le sénateur et ses paroles misogynes. Cette manière de penser la culpabilité ou l'exagération de la victime plutôt que du côté du fautif est réprimandée aussi bien par Charmaine Borg que par la journaliste, qui tient ainsi à présenter un traitement médiatique différencié. À noter que Charmaine Borg et Jean-Guy Dagenais ne sont pas décrits, aucun attribut physique ne nous est transmis et leur âge n'est pas dévoilé. Ainsi, si un certain sexisme se dénote dans la description de l'évènement, la

description de Charmaine Borg demeure semblable à celle de Guy Dagenais. La description des sujets de l'article ne donne pas lieu à un traitement médiatique différencié, contrairement à celle de l'évènement en lui-même.

4.2.1.2.5 Véronique Dupont, « GM assoit une femme au volant de l'entreprise », *Le Devoir*, 11 décembre 2013, p. 11-12

L'article de Véronique Dupont semble porter, au vu du titre, sur Mary Barra et son nouveau poste de directrice générale de la compagnie General Motors. Cela dit, plus de la moitié de l'article traite de l'ancien directeur général et président du conseil d'administration, Dan Akerson. En outre, seuls des verbes d'état sont attribués à Mary Barra : « Mme Barra, 51 ans et 33 ans au service de l'entreprise, est actuellement vice-présidente du développement mondial des produits et de l'approvisionnement », « Mme Barra est issue du sérail ». Elle ne semble donc être sujet d'aucune action, ce qui tend à sous-estimer sa position hiérarchique ainsi que son personnage. Si son âge est mentionné et mis en exergue par ses années d'expérience au sein de l'entreprise, il convient de souligner que l'article ne fait part que de l'âge de Dan Akerson et non de son nombre d'années passées au sein de General Motors : « Mme Barra, 51 ans et 33 ans au service de l'entreprise », « Elle succèdera à Dan Akerson, 65 ans ». Sa situation familiale est également mentionnée, tout comme ses attributs physiques : « Cette brune auburn aux longs cheveux et au large sourire, mariée et mère de deux enfants a grimpé tous les échelons ». Cette tournure de phrase vient lier son ascension professionnelle à ses traits physiques ainsi qu'à sa vie domestique. En outre, dans cette phrase tandis que l'information portant sur sa carrière professionnelle est placée en fin de phrase, les propositions concernant son apparence physique et sa situation familiale forment le début de phrase. L'accent semble donc être mis d'abord sur le physique et la condition de mère et d'épouse de Mary Barra, avant de faire mention, sous forme de métaphore, sur son ascension

professionnelle. Cette phrase est d'ailleurs suivie d'une citation de Dan Akerson pour légitimer la carrière professionnelle de Mary Barra et ainsi sa promotion : « elle a travaillé en usine, dirigé des usines puis la partie la plus complexe de notre activité, le développement de produits et la gestion de l'approvisionnement dans le monde ». Si une grande partie de l'article aborde le départ à la retraite de Dan Akerson et le contexte économique de General Motors, les quelques paragraphes faisant mention de Mary Barra sont traversés de citations de Dan Akerson : « Mary Barra n'a pas été choisie pour faire « politiquement correct » » mais parce qu'elle est « probablement l'un des dirigeants les plus talentueux que j'ai jamais rencontrés ». Il s'agirait ainsi de légitimer la présence de Mary Barra dans les pages d'actualité et au poste de directrice générale en soulignant l'accord d'un homme, venant apporter le soutien à une femme. Le seul adjectif qualitatif qui lui est attribué, « talentueux », ne la désigne pas spécifiquement, mais plutôt un ensemble de dirigeants ayant impressionné Dan Akerson. Ainsi, Mary Barra ne semble pas posséder de qualités propres, ce qui est d'ailleurs souligné par le fait qu'elle ne succèdera pas à Dan Akerson pour le poste de présidente du conseil d'administration – poste qui sera comblé par une autre personne afin « d'enlever un peu du poids », « alléger sa tâche ». Ces choix de mots viennent donc suggérer que la nouvelle dirigeante ne semble pas pouvoir effectuer les mêmes tâches que son prédécesseur. Ainsi, cet article venant informer les lecteurs de la nomination d'une femme comme directrice générale de General Motors porte plus d'attention sur l'ancien directeur. Mary Barra est présentée non pas par son expertise ou les nouvelles tâches qui lui sont attribuées, mais par son physique et son statut familial. Lorsque sa carrière est mentionnée dans l'article, des citations de Dan Akerson, ancien directeur de General Motors, viennent légitimer la nomination de Mary Barra. Cela contribuerait à mettre en lumière un sexisme latent à l'égard des femmes atteignant le haut de la hiérarchie.

4.3.1.2.6 Louis Morice, « La Dure de chez Doux », *Le Nouvel Observateur*, 7 novembre 2013, p. 48

L'article de Louis Morice se donne pour objet de dresser le portrait de Nadine Hourmant, ouvrière syndicaliste de l'usine Doux en France, tel que mentionné dans le sous-titre : « Portrait ». Or, il s'agit plus d'un portrait de la cause que de celui de Nadine Hourmant ou de son combat. Il n'est que brièvement fait état de la position occupée au sein de l'usine par « l'ouvrière de la chaîne d'emballage », de son parcours « Vingt-trois années d'école Doux ». La grande majorité de l'article traite de sa cause et de sa popularité auprès des autres ouvriers bretons. Le journaliste la présente dans une posture de combat comme peut le dénoter le choix des groupes verbaux « a lâché sa bombe », « se bat », « lance-t-elle », « s'emporte contre », « lancée dans cette croisade » ainsi que les termes descriptifs « la tête à claques ». D'ailleurs, il convient de souligner que les seuls verbes qui sont employés pour décrire Nadine Hourmant ou qui lui sont apposés sont des verbes d'action ou des verbes discursifs. L'article la décrit donc comme développant un discours argumenté sans toutefois insister sur des actions ou des prises de position. Cela dit, le journaliste insiste à plusieurs reprises sur la posture et la popularité de Nadine Hourmant, la décrivant comme « l'une des figures de proue du mouvement des bonnes rouges » et « la figure emblématique de la crise bretonne ». Sa combativité lui est aussi attribuée par un témoin au sein du syndicat Force Ouvrière, venant donc légitimer sa posture de combattante syndicaliste : « Elle est hallucinante ». Ce portrait semble dresser l'image d'une femme qui parvient à s'imposer dans le milieu syndicaliste, à l'image de « La Liberté guidant le peuple » du peintre français Eugène Delacroix (1830). Toutefois, le journaliste fait mention de son statut familial, matrimonial ainsi que de son âge, comme pour rappeler sa condition féminine de femme et de mère : « son mari et ses trois filles ont dû apprendre à se contenter des rares moments qu'elle passe encore chez elle », « cette mère de famille de 41 ans ». Le passage sur la sphère domestique de Nadine Hourmant n'est pas anodin car il sous-tend un certain

délaissement de la part de Nadine Hourmant pour sa famille, induisant une part de culpabilité ou de victimisation. A cela s'ajoute une description physique qui ne vient appuyer aucun argument : « cette petite boule d'énergie blonde, toujours tirée à quatre épingles ». En outre, les termes choisis pour la décrire sous-tendent un point de vue du journaliste sur la beauté de la déléguée de Force Ouvrière. Enfin, Nadine Hourmant est appuyée au sein de cet article par un de ses collègues syndicalistes, qui n'est nommé que par son prénom : « Yannick, syndicaliste lui aussi, suit son engagement depuis le début », « Yannick, bon camarade, la couvre ». Ainsi, l'article rappellerait qu'une posture masculine est nécessaire pour soutenir Nadine Hourmant ainsi que pour légitimer son combat et sa parole. Cécile Sourd relevait en 2005 déjà cette pratique journalistique à l'égard des candidates politiques :

Si la présence d'une influence masculine est quasiment toujours mise en avant par les journalistes lorsqu'une candidate est évoquée, les figures qu'elle revêt sont diverses : il peut s'agit d'un père ou de tout autre ascendant familial, mais également d'un homme du même parti, qui la pousse ou lui facilite les choses grâce à l'importance de sa situation (Sourd, 2005).

Nous avons observé cette pratique dans l'article de Véronique Dupont sur Mary Barra, où il est fait plus souvent mention de Dan Akerson qui n'est pourtant pas nommé dans le titre de l'article (*Le Devoir*, 11 décembre 2013, p. 11). Il convient de rappeler que les autres articles analysés précédemment n'ont pas recours à cette pratique : Martine Aubry, Michelle Bachelet et Charmaine Borg sont décrites et présentées sans qu'aucune posture masculine ne soit citée pour soutenir leur position politique.

4.3.1.2.7 Marie-Hélène Martin, « Révolution à l'anglaise », *Le Nouvel Observateur*, 21 novembre 2013, p. 99

L'article de Marie-Hélène Martin pour *Le Nouvel Observateur* porte sur les clubs réservés aux femmes, à l'image des traditionnels clubs masculins qui ont fleuri au cours du XIXe siècle. La journaliste décrit quelques clubs pour femmes se trouvant à Londres. Le choix des termes employés pour dépeindre du lieu et de l'ambiance soulignent un manque de sérieux, une certaine frivolité : « Les cocktails à base de vodka délient les langues et la bonne humeur est contagieuse », « entre deux éclats de rire », « va réjouir l'assistance » et « *The Other Club* permet d'accéder aux délices de la convivialité et de la conversation ». L'article passe plus de temps à décrire la joie et l'allégresse qui remplissent les clubs féminins qu'à expliciter ce qui s'y fait et les enjeux qui en découlent. En effet, deux phrases seulement définissent les clubs réservés aux femmes : « L'idée était d'ouvrir un espace où toutes celles qui « font des choses » – juristes, scientifiques, politiques... – pourraient travailler, discuter, se retrouver et dîner », « des féministes *old school*, comme Rosie Boycott, ont été invitées à débattre le soir d'Halloween ». En ce qui concerne le thème de l'égalité, une citation de Joy Lo Dico vient mettre brièvement en contexte l'ascension de certaines femmes au-dessus du plafond de verre : « Angela Ahrendts, la patronne de Burberry [qu'Apple vient d'embaucher, NDLR], est la mieux payée du Royaume-Uni ; Zaha Hadid a décroché le prix Pulitzer, le Nobel de l'Architecture, et on verra bientôt l'écrivain Jane Austen sur les billets de 10 livres » – à noter que le terme d'écrivain n'a pas été féminisé par la journaliste Marie-Hélène Martin. À ce sujet, il convient de noter que la féminisation du terme d'écrivain est rarement utilisée dans la presse française (Fujimura, 2005, p. 37). Cette description de la place des femmes dans la société londonienne laisse à penser que les femmes seraient parvenues à supprimer les plafonds de verre et auraient obtenu une parité au sein des entreprises publiques et privées, comme s'il ne restait plus rien à accomplir par le mouvement féministe britannique. Or, l'on observe une augmentation de 20% des agressions

sexuelles dans les transports en commun britanniques entre 2013 et 2014 (Pothin, 2014) et la présence de seulement 11% de femmes au sein des comités exécutifs d'entreprises anglaises (Dussapt, 2012). Il convient également de mettre en lumière une des phrases de cet article rappelant l'existence toujours actuelle de discrimination genrée dans au sein des hiérarchies : « on entend les plafonds de verre exploser à Londres ». Ainsi, en admettant la présence de plafonds de verre dans la société britannique, Joy Lo Dico se contredit puisque l'existence même de plafonds de verre, et donc de pratiques discriminantes, justifie le maintien d'un combat féministe. En outre, le thème de l'apparence et de la superficialité est récurrent tout au long de l'article : « 2012 avait vu l'ouverture de Grace Belgravia, sorte de spa haut de gamme pour le corps et l'esprit, où des femmes se font chouchouter dans un magnifique cadre géorgien ». Cela contribue à transmettre l'image selon laquelle les femmes sont obnubilées par le physique et au bien-être. Certains termes induisent également des points négatifs et péjoratifs : « Côté filles » vient ainsi insister sur le manque de maturité d'un club et des participantes ; dans « des féministes *old school* » le terme de *old school* rappelle un âge féministe passé voire archaïque. .

4.3.1.2.8 Chantal Hébert, « Effets « per-verts » », *L'Actualité*, 1^{er} novembre 2013, p. 49

L'article écrit par Chantal Hébert dans *L'Actualité* aborde le manque de visibilité médiatique du ministère canadien de l'Environnement. Or, le sous-titre invite à penser que l'article traiterait de la nomination de Leona Aglukkak : « Il fut un temps où l'arrivée d'une nouvelle ministre fédérale de l'Environnement, issue du Grand Nord canadien et d'origine inuite de surcroît, aurait été le fait saillant d'un remaniement de mi-mandat ». Or, seuls deux paragraphes évoquent des femmes et la ministre fédérale Leona Aglukkak n'est mentionnée qu'une seule fois. Une grande

partie de l'article traite de l'invisibilité médiatique du Ministère selon Brian Topp, ancien candidat à la direction du Nouveau Parti démocratique (NPD), ainsi considéré comme un expert. Ce n'est pas l'actuelle ministre ni d'anciennes ministres qui sont invitées à faire part de leur expertise, mais un homme qui n'a jamais été ministre de l'Environnement, ni même ministre. L'article insiste également sur le contexte économique et environnemental du Canada pour expliquer le manque d'intérêt de la part des médias à l'égard du Ministère. Il est donc question d'invisibilité médiatique du Ministère mais non des ministres femmes qui occupent ce poste, ce qui sous-tend un certain manque d'intérêt pour ces femmes politiques. Et les termes évoquant cette absence de visibilité sont utilisés dans des phrases faisant mention de femmes : « l'été dernier, la nomination de Leona Aglukkak, en remplacement de Peter Kent, a à peine fait couler l'encre indispensable pour inscrire son nom dans sa case ministérielle », « depuis l'arrivée d'Elizabeth May aux Communes, il y a deux ans, il a été moins question d'environnement, plutôt que davantage ». Cela contribue à véhiculer l'image selon laquelle les anciennes ministres seraient responsables de cette invisibilité, ou du moins qu'une quelconque corrélation est établie. Les femmes évoquées au sein de l'article ne sont le sujet d'aucun groupe verbal, elles paraissent donc n'être le sujet d'aucune action. Les trois phrases mentionnant des femmes sont toutes sous forme négative, ce qui sous-entendrait un manque d'expérience, d'efficacité et de légitimité : « Pour faire le poids contre Elizabeth May, l'opposition officielle néo-démocrate a confié le dossier à Megan Leslie, une de ses plus efficaces députées, mais on ne peut pas dire pour autant qu'elle préside à un grand virage vert au sein du NPD fédéral ». Cette phrase vient apposer un point positif directement avec un argument négatif, venant ainsi annuler le compliment qui est accordé à Megan Leslie. Cet article publié par *L'Actualité* se veut dénoncer l'invisibilité médiatique du ministère fédéral de l'Environnement mais contribue toutefois à occulter les femmes qui ont occupé la fonction de ministre de l'Environnement de l'espace médiatique. En effet, les femmes ayant dirigé ce ministère sont seulement mentionnées, leur expérience au sein du ministère n'est pas utilisée dans l'article pour soutenir les

propos de la journaliste Chantal Hébert. Les femmes ministres apparaissent ainsi comme n'ayant pas de place légitime et ne possédant pas d'expertise ni d'opinion à l'égard de leur propre portefeuille ministériel.

4.3.1.2.9 Carole Beaulieu, « Les pommes de Pauline », *L'Actualité*, 15 novembre 2013, p. 3

L'éditorial de Carole Beaulieu dans *L'Actualité* évoque les trois personnages politiques québécois désirant occuper le poste de premier ministre, mais en mettant l'accent principalement sur Pauline Marois, alors première ministre québécoise. La rédactrice en chef Carole Beaulieu traite ce sujet en jouant sur les métaphores religieuses, reflétant le premier péché, celui d'Ève. Cette métaphore filée est soutenue par des adjectifs qualitatifs qui rappellent la tentation mais également la culpabilité : « Pauline, la tentatrice ! », « Espiègle coquine ! ». Certains termes reprennent l'image des femmes véhiculée par la religion catholique au Moyen-Âge, celle de la femme-tentatrice et de la femme-sorcière cause des maux de la société : « Les femmes, c'est connu dans toutes les religions monothéistes, sont la cause des péchés que commettent les hommes », « Pauline frotte ses fruits et écoute le serpent ». Il convient d'ailleurs de souligner que si Pauline Marois se voit attribuer des adjectifs négatifs, Philippe Couillard et François Legault ont quant eux le droit à des adjectifs marquant la force et la gentillesse, deux qualités : « le grand Philippe » et « l'ami François ». Le thème de l'inégalité entre les femmes et les hommes est brièvement évoqué. Carole Beaulieu décrit ainsi les fautes auxquelles sont accusées les femmes dans la sphère religieuse : « rappelons que, dans la Genèse, le Tout-Puissant n'appréciera pas le fait qu'Ève veuille en savoir autant que lui. Il la condamne à enfanter dans de grandes souffrances. Dans les histoires religieuses, c'est comme ça, les femmes ont rarement le gros bout du bâton », les Jeanettes « ont assez souffert sous la fêrule des

curés pour être vaccinées à vie contre les religions patriarcales et vouloir en tenir tous les symboles loin des écoles et des garderies ». Certains termes évoqués par la rédactrice en chef Carole Beaulieu viennent rappeler la position de soumission imposée aux femmes, insinuant toutefois un rappel encore à l'apparence : « la liberté, c'est aussi la liberté de se soumettre, non ? Et qui dit que dans quelques années, bons salaires aidant, les voiles ne prendront pas l'allure de talons hauts ? ». Il aurait pu être intéressant de noter les inégalités de salaires entre les hommes et les femmes pour diplômés et postes similaires. C'est donc une image négative des femmes qui est véhiculée dans cet article, sur le ton ironique. La rédactrice en chef vise à souligner le traitement inégalitaire et discriminatoire des femmes dans la religion, mais également en politique. Cela dit, Carole Beaulieu participe de ce traitement sexuel différencié car si elle critique Pauline Marois, Philippe Couillard et François Legault sur le plan de leurs idées et expérience politique, les adjectifs employés pour les désigner n'évoquent pour Pauline Marois des termes de culpabilité, tentation – deux images souvent utilisées par la religion – tandis que les deux politiciens ont le droit à des adjectifs positifs. Si l'article est rempli de termes et phrases ironiques, il n'en demeure pas moins que l'image véhiculée par l'article est celui des femmes tentatrices. Certes il est intéressant de mettre en lumière le sexisme présent dans les sphères politiques et cléricales, mais la description de Pauline Marois s'attaque seulement à son physique et sa qualité de femme, non de ses compétences ni son expertise – comme c'est le cas pour Philippe Couillard et François Legault. Nous ne pouvons savoir si cette formulation ironique adoptée par Carole Beaulieu est une manière d'insister sur ce même traitement médiatique différencié, cela dit le lecteur aurait tendance à ne voir l'ironie que dans les grandes tournures de phrases et les thèmes employés plutôt que dans les simples adjectifs qualifiant les protagonistes. Les qualités professionnelles de Pauline Marois ne sont pas mises en avant dans cet article. Ainsi, même si l'éditorialiste souhaite démontrer les différences de traitement entre les hommes et les femmes, il n'en demeure pas moins qu'elle n'apporte aucune solution quant à un traitement médiatique genré différencié. L'ironie est certes une

manière de contrer les stéréotypes, mais il aurait pu être intéressant d'évoquer Pauline Marois à travers ses compétences politiques comme c'est le cas pour François Legault et Philippe Couillard.

4.2.2 Les thèmes récurrents

Notre analyse qualitative nous permet de mieux cerner les représentations médiatiques des femmes. Nous nous fixons un objectif similaire que celui que s'était donnée Marie-Joseph Bertini dans son article « Langage et pouvoir : la femme dans les médias », c'est-à-dire « analyser le discours des journalistes afin de dégager les catégories sémantiques et les structures interprétatives qui orientent et déterminent les modes d'écriture journalistique à propos des femmes et de leurs actions au sein de l'espace public » (2007, p. 3). En ayant recours à une thématisation de notre échantillon qualitatif, nous pouvons déterminer en quoi les articles que nous avons sélectionnés éclairent notre compréhension du traitement médiatique des femmes et de leur statut social. En effet, nous avons observé la manière dont les femmes sont présentées en analysant les termes utilisés pour les décrire. Car les mots employés par les journalistes contribuent à normaliser un discours sur les individus :

En constatant le « genre féminin » avec des caractéristiques spécifiques, les moyens de communication sont des agents puissants dans la production et la rénovation constante de la « signification imaginaire » du sexe féminin. (Mattelart, 2003)

Les articles journalistiques véhiculent donc des valeurs ainsi que des représentations du féminin et du masculin, formant par là une image fixe des acteurs sociaux. Cette image est construite en grande partie en cantonnant les individus dans des rubriques ou des thèmes spécifiques de manière répétitive. Par exemple, en représentant majoritairement les femmes dans des postures de victimes ou dans de rubriques sur la

vie privée, la presse écrite contribue à normaliser l'image de la femme dont la seule place serait au foyer. Nous avons pu observer au sein de notre échantillon la récurrence de certains thèmes et certaines manières de présenter les femmes et leur statut social. Notre analyse qualitative nous permet donc de répondre à la seconde partie de notre question générale de recherche, à savoir « quelle est la représentation des femmes dans la presse écrite française et québécoise d'aujourd'hui, en tant que sujets médiatiques ? ». À l'aide de notre analyse qualitative, nous notons la récurrence des thèmes liés au paraître, aux responsabilités, à l'activité privée et domestique ainsi qu'à la posture de victime.

Dans notre échantillon, les femmes sont bien souvent présentées en soulignant leur âge, leur statut familial et matrimonial ainsi que par des attributs physiques : c'est le cas ainsi pour Mary Barra (Dupont, *Le Devoir*, 11 décembre 2013, p. 12), Michelle Bachelet (Legrand, *Le Monde*, 15 décembre 2013, p. 3) et Nadine Hourmant (Morice, *Le Nouvel Observateur*, 7 novembre 2013, p. 48). La presse écrite française comme québécoise décrit donc les femmes selon leur âge et non leurs années d'expérience en politique ou au sein d'une entreprise ; selon la couleur de leur cheveux, et non selon les responsabilités qui leur sont données ; selon leur statut de mère ou de femme et non selon leurs attributs professionnels : « À 62 ans, la socialiste Michelle Bachelet » (Legrand, *Le Monde*, 15 décembre 2013, p. 3), « cette brune auburn aux longs cheveux et au large sourire, mariée et mère de deux enfants a grimpé tous les échelons » (Dupont, *Le Devoir*, 11 décembre 2013, p. 12), « cette petite boule d'énergie blonde, toujours tirée à quatre épingles » (Morice, *Le Nouvel Observateur*, 7 novembre 2013, p. 48). En ramenant les femmes à leur physique, leur âge et leur condition féminine, les journaux participent à représenter des femmes seulement pour leur physique au sein des rubriques économiques et politiques, et ainsi non pour leur fonction et leurs compétences. Or, cela contribue à engendrer un certain désintérêt pour l'expertise des femmes, n'étant pas considérées comme égales à leurs

homologues masculins. Nous avons déjà vu que les journalistes, hommes comme femmes, préfèrent bien plus souvent avoir recours à des experts et des témoins plutôt qu'à des expertes ou des femmes témoins. Les journaux d'information générale semblent accepter les femmes le plus souvent pour leur condition féminine de soutien, d'assistance et pour leurs attributs maternels et physiques. Se limitant ainsi au point de vue d'un seul genre, la presse écrite se prive de la moitié de la population. Les femmes sont très fortement minorisées dans l'information, aussi bien comme expertes, témoins et sujets de la couverture médiatique.

Si l'apparence est un thème qui revient souvent lors de la représentation médiatique des femmes au sein de notre échantillon, nous avons relevé à plusieurs reprises le recours au thème de la culpabilité. En effet, plusieurs articles décrivent les femmes comme étant responsables, ou bien des misères du monde, ou bien d'un abandon familial comme c'est le cas notamment l'article de Louis Morice sur la syndicaliste Nadine Hourmant (*Le Nouvel Observateur*, 7 novembre 2013, p. 48) : « son mari et ses trois filles ont dû apprendre à se contenter des rares moments qu'elle passe encore chez elle » (Morice, *Le Nouvel Observateur*, 7 novembre 2013, p. 48). Cette manière de représenter les femmes comme devant s'occuper de leur famille ou comme tentatrices et séductrices, fait peser une lourde culpabilité sur leurs épaules. Elles semblent devoir être présentes sur tous les tableaux : professionnels et domestiques, tout en s'attachant à respecter l'intégrité des hommes. Et en représentant les femmes sous leurs traits physiques, les journaux contribuent à établir l'image des femmes comme séductrices, obnubilées par leurs atouts physiques.

Par ailleurs, le thème de victime est également mis en avant au sein de plusieurs articles de notre corpus. En effet, alors que l'article sur Martine Aubry évoque certes sa montée en puissance dans l'échiquier politique, il n'en demeure pas moins que l'information principale qui y est véhiculée est celle des poursuites judiciaires qui

pèsent sur elle : « Après la décision rendue par la Cour de cassation, mardi 10 décembre, elle reste mise en examen pour « homicides et blessures involontaires » dans l'un des volets de l'affaire de l'amiante » (de Montvalon, *Le Monde*, 12 décembre 2013, p. 9). Dans l'article écrit par Christine Legrand sur Michelle Bachelet, la journaliste fait mention du rôle de victime de l'ancienne présidente chilienne et de sa mère, qui « ont été arrêtées et torturées après le coup d'État militaire de 1973 » (Legrand, *Le Monde*, 15 décembre 2013, p. 3). Certes, cela contribue à évoquer le passé combatif de Michelle Bachelet contre la dictature militaire chilienne. Mais si le père de Michelle Bachelet se voit nommer par son prénom ainsi que par son nom de famille lorsqu'il est décrit en position de torturé, sa mère est quant à elle cantonnée à l'anonymat, devenant une victime sans nom, une victime parmi tant d'autres. Le titre de Lina Dib dans son article portant sur Charmaine Borg ne met en avant que son statut de victime, dépouillée de son nom : « Insultée, une élue du NPD en appelle au président » (Dib, *Le Devoir*, 10 décembre 2013, p. 4).

Certains articles de notre échantillon tendent à souligner les responsabilités ainsi que la position hiérarchique des femmes mentionnées et abordées au sein des unités rédactionnelles : l'article du *Monde* sur Martine Aubry lui associe uniquement des verbes d'action à la voix active. Dans l'article du *Monde* sur Michelle Bachelet, tous les titres officiels de l'ancienne présidente chilienne sont mentionnés tendant ainsi à souligner son expérience politique. L'article du *Nouvel Observateur* sur Nadine Hourmant fait le portrait d'une syndicaliste devenue « la figure emblématique de la crise bretonne », la rendant ainsi visible sur la scène publique et politique (Morice, *Le Nouvel Observateur*, 7 novembre 2013, p. 48). L'article de Marie-Hélène Martin, pour *Le Nouvel Observateur*, dépeint les clubs réservés aux femmes, comme des cercles de discussion et d'entraide entre femmes afin de briser les plafonds de verre : « on entend les plafonds de verre exploser dans Londres » (Martin, *Le Nouvel*

Observateur, 21 novembre 2013, p. 99). L'article de Véronique Dupont dans *Le Devoir* sur Mary Barra porte sur l'accès au poste de directrice générale pour la première fois confié à une femme. Cela dit, l'article fait plus attention au départ à la retraite de l'ancien directeur général Dan Akerson qu'à la position hiérarchique de Mary Barra.

Certains des articles que nous avons analysés abordent la question de l'invisibilité des femmes dans les médias et la politique, évoquant aussi les inégalités genrées. En effet, l'article de Chantal Hébert pour *L'Actualité*, celui de Lina Dib pour *Le Devoir* et l'éditorial de Carole Beaulieu dans *L'Actualité* mentionnent tous trois ces discriminations et parfois les insultes misogynes qui touchent les femmes dans toutes les sphères de la vie sociale. Ainsi, Lina Dib décrit les réflexions sexistes et l'humiliation lancée par le sénateur Guy Dagenais à l'encontre de la députée Charmaine Borg. Et Charmaine Borg insiste sur ces insultes comme ne sortant pas de l'ordinaire et contribuant à dissuader les femmes d'entrer dans le monde politique : « ce n'est certainement pas avec des choses comme ça que nous allons réussir à encourager plus de jeunes femmes à s'engager en politique » (Dib, *Le Devoir*, 10 décembre 2013, p. 4). Dans son éditorial, Carole Beaulieu rappelle le traitement inégalitaire que l'Église attribuait aux femmes, les considérant sous deux figures, la femme séductrice et la femme ensorceleuse : « les femmes, c'est connu dans toutes les religions monothéistes, sont la cause des péchés que commettent les hommes », « Ah, Pauline, la tentatrice ! » (Beaulieu, *L'Actualité*, 15 novembre 2013, p. 3). Enfin, Chantal Hébert évoque l'invisibilité médiatique du ministère québécois de l'Environnement mais reconduit par la même occasion celle des femmes politiques en faisant appel à un homme politique comme expert plutôt qu'aux femmes politiques qui ont eu à leur portefeuille ministériel l'Environnement et qui ont donc subi le manque d'intérêt des médias à l'égard de ce ministère. Ces trois articles illustrent donc certaines pratiques discriminatoires à l'égard des femmes, qui tentent de briser

les plafonds de verre et prendre leur place dans la sphère publique. Il est important d'évoquer de tels problèmes qui demeurent encore habituels malgré toutes les avancées sociales. En publiant de tels articles, la presse écrite contribue à faire lumière sur le statut social des femmes et les contraintes qu'elles peuvent subir au cours de leur carrière professionnelle, politique ou encore syndicaliste. De cette manière, la presse écrite entretient la diffusion de stéréotypes sexistes à l'endroit des femmes.

4.2.3 Y a-t-il des différences notoires entre notre corpus québécois et français ?

Tout au long de nos analyses quantitative et qualitative, nous avons tenté d'observer ce qui différencie notre corpus français de notre corpus québécois. Cela dit, nous n'avons pu apercevoir de différences considérables entre les deux pays aussi bien en termes de statistiques que d'analyse discursive. Notre recherche ne permet pas de déceler une meilleure représentation des femmes dans un des deux pays francophones. Les statistiques d'expertes, de femmes témoins et de femmes mentionnées au sein de notre corpus sont similaires, ne variant que de quelques points. Nous pouvons donc affirmer qu'au sein de notre échantillon de journaux, les femmes ont une visibilité semblable en France et au Québec. Les journaux québécois et français ont beaucoup moins recours aux femmes dans leur rôle d'expertes et de témoins qu'aux hommes, la presse écrite française et québécoise mentionne moins souvent les femmes que les hommes au sein des articles qu'elle publie. La place des femmes journalistes au sein des journaux québécois est similaire à celle des femmes journalistes au sein de la presse écrite française. En ce qui concerne la distribution des sujets selon le genre des journalistes, nous avons pu observer qu'en France comme au Québec, les journalistes femmes publient plus souvent dans les rubriques suivantes : économie, éducation, environnement et santé. Les statistiques ne diffèrent pas non plus beaucoup à l'égard des autres rubriques. En d'autres termes, les journaux

québécois et français ont recours à la même distribution genrée des rubriques pour les journalistes. Les seules différences de statistiques que nous pouvons relever entre le Québec et la France se dénotent dans la distribution des rubriques d'économie, de société et de santé selon le genre des sujets des articles. En d'autres termes, les femmes sont plus souvent le sujet des articles traitant d'économie et de société en France qu'au Québec. Entre 3 et 4% des articles du *Devoir* et de *L'Actualité* traitent de femmes dans ces rubriques, tandis que les articles portant sur des femmes représentent en moyenne 17% des articles de ces rubriques du *Monde* et du *Nouvel Observateur*. Les femmes demeurent minoritaires en tant que sujets d'une couverture médiatique dans ces rubriques, mais leur présence est plus importante dans les journaux français que les journaux québécois. A contrario, la rubrique santé est plus souvent composée d'articles portant sur les femmes au Québec qu'en France.

En ce qui concerne l'analyse qualitative, les journaux québécois et français ont recours aux mêmes thèmes et aux mêmes stratégies de description : évoquant systématiquement l'âge, les attributs physiques et la situation familiale des femmes faisant l'objet des articles. La position hiérarchique des femmes passe en second plan par rapport à leur âge et leur situation domestique dans les articles d'information générale provenant aussi bien de France que du Québec. Ainsi, la presse écrite, française comme québécoise, a recours à un traitement médiatique similaire à l'égard des femmes. Les femmes sont ainsi présentées à travers les thèmes de l'apparence, du statut matrimonial, de la culpabilité, des inégalités mais aussi des responsabilités et de leur influence. Les mêmes thèmes traversent les articles publiés par les journaux québécois et français. Les femmes sont donc représentées de la même manière dans la presse écrite française que dans la presse écrite québécoise. Ainsi, l'information qui est traversée sur les femmes est véhiculée par des valeurs semblables. En d'autres termes, les journalistes en France et au Québec partagent des normes d'écriture journalistique mais aussi des valeurs que l'on peut donc supposer faire partie de la

profession journalistique. Nous pouvons donc conclure que la situation géographique de notre corpus ne semble pas influencer sur le traitement médiatique des femmes. Cela vient confirmer les travaux antérieurs de certains chercheurs qui ont mis en exergue cette normalisation des pratiques journalistiques et des valeurs sous-tendues par la profession (Bertini, 2007, p. 8 ; Poussart, 1996, p. 12). Le sociologue Érik Neveu attribuait cette norme d'écriture journalistique à deux facteurs : l'apprentissage scolaire et l'apprentissage professionnel : « plus encore que le rôle des écoles de journalisme, l'existence d'apprentissages professionnels dans l'entreprise de presse contribue à produire des habitudes stylistiques normalisées, à faire intégrer une écriture « maison » » (Neveu, 2000, p. 190). Ainsi, la presse écrite d'information générale, quel que soit le pays ou le format de publication, reproduit des valeurs et images similaires, ou du moins comparables.

4.4 Limites et validité de notre recherche

Notre recherche s'inscrit au sein d'une démarche non seulement académique mais également scientifique. A cet effet, elle doit répondre à des exigences d'exhaustivité et de scientificité. Afin de démontrer la validité de nos recherches et de notre mémoire, nous avons choisi de trianguler nos résultats non seulement entre les deux stratégies de recherches utilisées dans l'analyse de notre corpus, mais également avec les indicateurs observés dans les recherches antérieures et œuvres scientifiques. Nous pouvons ainsi observer que les femmes sont non seulement moins souvent le sujet principal d'articles, mais elles sont également moins souvent mentionnées et citées que les hommes au sein des unités rédactionnelles. Les femmes sont donc moins souvent présentes au sein des journaux d'information que les hommes, que ce soit en tant que témoins ou sujets d'une couverture médiatique, qu'à titre d'expertes. En ce qui concerne les thèmes, on retrouve beaucoup plus souvent les femmes au sein des rubriques traitant de santé, de mode et d'environnement. C'est donc au sein les

rubriques liées au soutien, à l'assistance et au physique où l'on retrouve plus de femmes journalistes et de femmes sujets d'une couverture médiatique. Ce cantonnement des femmes dans des rubriques en lien avec la sphère privée et le soutien se dénote également dans la manière dont les journalistes évoquent les femmes. En effet, en décrivant les femmes par leurs attributs physiques et leur statut familial, la presse écrite d'information générale contribue à les présenter par rapport à la sphère privée et à leur corps. Par ailleurs, les articles semblent légitimer la présence des femmes au sein des unités rédactionnelles en ayant recours à des postures masculines pour soutenir les qualités professionnelles et politiques des femmes, leur caractère ainsi que leur popularité. L'on retrouve ainsi de nombreuses citations d'hommes, considérés comme experts, dans les articles portant sur des femmes. Cela contribue à figer l'image selon laquelle les femmes devraient leur place dans la sphère médiatique à leurs connaissances masculines.

Malgré la rigueur avec laquelle nous avons établi notre recherche, nous ne pouvons prétendre à une représentativité parfaite de la presse écrite, car le temps dont nous disposions ne nous permettait pas d'analyser un nombre plus grand de journaux et d'articles. Si les journaux de notre corpus furent choisis pour leurs similarités, les dates de notre échantillon ont été décidées afin d'obtenir un groupe de données suffisamment rapprochées dans le temps, nous permettant d'observer la place et le traitement médiatiques des femmes au cours d'une certaine continuité temporelle. Ainsi, en choisissant d'analyser les magazines d'information pendant le mois de novembre 2013 et les quotidiens lors de la deuxième semaine de décembre 2013, nous ne pouvons attribuer nos données au hasard et nous supposons que le phénomène que nous avons mesuré n'a pas varié, ou tout au moins que les observations que nous tirons rendent compte d'une même période. Étant donné la longueur de notre mémoire et notre volonté de présenter une recherche précise et détaillée, il nous était impossible d'analyser d'autres journaux de France et du

Québec. Ainsi, nous ne pouvons prétendre une analyse exhaustive de notre objet d'étude et il convient par ailleurs d'admettre la subjectivité sous-tendant tout acte interprétatif.

Cela dit, notre méthodologie nous a permis de dégager plusieurs représentations médiatiques et sociales des femmes et de leur statut social. Nos données quantitatives et qualitatives contribuent ainsi à dresser des constats actualisés de la place et des représentations des femmes dans la presse écrite dans les pays francophones que sont le Québec et la France. Nous ne pouvons prétendre à une généralisation de ces conclusions à l'ensemble des journaux imprimés, mais nous estimons tout de même contribuer à l'approfondissement de la problématique des femmes et de la presse écrite. Enfin, nous pensons avoir rendu compte de nos démarches de manière précise et détaillée, tant et si bien que le lecteur ou la lectrice aura toutes les cartes en main pour comprendre notre recherche et pourra éventuellement les pousser plus loin ou les reproduire.

CONCLUSION

Dans les sociétés occidentales, c'est assez tardivement que les femmes ont commencé à occuper l'espace public et médiatique. En effet, elles n'ont fait leur entrée dans les salles de rédaction des journaux imprimés qu'à partir du XIX^e siècle (Dumont-Johnson, 1992, p. 292 ; Saint-Jean, 2000, p. 77). En intégrant les rangs de la profession journalistique, les femmes ont par ailleurs contribué à faire émerger sur la scène médiatique des sujets touchant aux femmes et à leur statut social. La visibilité naissante des femmes journalistes a induit une prise de conscience des femmes comme sujets de la couverture médiatique. En l'espace de deux siècles, les femmes journalistes sont parvenues à obtenir une quasi-parité numérique avec les hommes dans la presse écrite, tant au Québec qu'en France (Desplanques, 2012 ; Reiser et Grésy, 2008, p. 32). Si les femmes journalistes détiennent une parole publique au même titre que leurs homologues masculins, il n'en reste pas moins que les articles véhiculés par la presse écrite sont plus souvent signés par des journalistes hommes que par des journalistes femmes. Notre recherche visait d'ailleurs à interroger la place des femmes journalistes au sein des journaux imprimés. De nombreuses recherches ont mis en avant la sous-représentation des femmes journalistes ainsi que la distribution genrée des rubriques (Damian, Frisque et Saitta, 2010, p. 159-165 ; Roventa-Frumusani, 2009, p. 12). En effet, les femmes journalistes évoluent plus souvent au sein de rubriques relevant du rôle de soin, d'assistance, de soutien et d'éducation (Debras, 2003). A contrario, des rubriques telles que la politique, l'actualité internationale, les sciences, la finance, le sport et les technologies sont plus souvent traitées par des journalistes hommes. Au sein de ces rubriques, le genre masculin semble être le point de vue générique et considéré comme détenant l'expertise et la connaissance.

À travers notre recherche, nous avons essayé de poser un regard nouveau et éclairé sur la presse écrite française et québécoise – regard nouveau car il s’agissait d’analyser de manière tant quantitative que qualitative un corpus de langue française. Notre but était non seulement de comprendre les représentations médiatiques des femmes et de leur statut social, mais plus encore de découvrir au sein de la presse écrite la place qu’occupent les femmes journalistes. L’originalité de nos propos et de notre point de vue tient à notre orientation vers un corpus en français qui s’attache à observer des journaux d’information générale reconnus pour leur sérieux et leur éthique professionnelle (Valette-Florence et de Barnier, 2010, p. 4). La question des discours sur les femmes et leur statut social ainsi que celle de la distribution des rubriques selon le sexe des journalistes nous ont paru intéressantes, car nous voulions explorer en détail la presse écrite contemporaine, française et québécoise, et les messages directs et indirects qu’elle véhicule. Nous avons donc choisi de nous tourner vers l’analyse de la présence des femmes en tant que journalistes mais aussi en tant que sujets d’une couverture médiatique. Afin d’interroger la presse écrite française et québécoise dans son éventuel rôle dans la reproduction du traitement médiatique genré différencié, nous avons développé la question de recherche générale suivante : quelles sont la place et les représentations des femmes dans la presse écrite québécoise et française d’aujourd’hui, en tant que journalistes et en tant que sujets médiatisés ? Afin de pouvoir guider notre recherche, nous avons formulé deux hypothèses de départ. Nous avons donc supposé de prime abord que les femmes journalistes sont moins visibles que les hommes dans la presse écrite d’information générale. En outre, nous avons présumé que les femmes sont moins présentes que les hommes au sein des articles de presse écrite d’information générale.

Afin de mettre en œuvre cette recherche, nous avons fait le choix de nous tourner vers une approche multidisciplinaire. À cet effet, nous avons fait appel, tout au long de notre mémoire, à des notions provenant de philosophie (Foucault, 1971 et 1978), de sociologie (Bourdieu, 1982, 1998 et 2001 ; Neveu, 2000), d'histoire (Perrot, 1998 ; Dumont-Johnson, 1992), d'études littéraires avec notre analyse discursive (Eco, 1985 ; Compagnon, 2001), des mathématiques statistiques avec notre analyse quantitative (De Blonville, 2000 ; Mucchielli, 2006) et de communication (Charaudeau, 1997 ; Coulomb-Gully, 2011). Notre recherche prend également appui sur des recherches féministes faisant partie des *gender studies* (Chaponnière et Ricci Lempen, 1970 ; Julliard, 2009 et 2012 ; Bertini, 2007 et 2009). En effet, notre mémoire s'intéresse aux rapports entre le genre et la langue, entre les rapports de pouvoir et le discours journalistique ; nous abordons la parole du journaliste comme traversée par les mêmes rapports de pouvoir qui régissent la société et les représentations des femmes et de leur statut social. Au sein du discours journalistique, nous avons cherché à analyser la présence de représentations normées des genres et plus particulièrement la manière dont les femmes sont dépeintes. Il s'agit donc d'observer si les rapports de force présents au sein des sociétés française et québécoise se retrouvent dans la presse écrite. Nous interrogeons donc son discours comme reflétant la société, reproduisant les rapports de force et donc la domination masculine. Car si les hommes journalistes signent plus d'articles que leurs consœurs, si les hommes sont plus souvent mentionnés comme experts et témoins que les femmes, le discours véhiculé par la presse écrite demeure une parole qui s'écrit par et pour des hommes. Et cette reproduction induit un renforcement de la discrimination, voire de la violence symbolique qui pèse aujourd'hui encore sur les femmes.

Notre analyse prend appui sur une conception constructiviste du genre et de la connaissance. Ainsi, nous avons vu avec des auteurs tels que Simone de Beauvoir

(1986b, p. 13), que le genre n'est pas donné mais construit socialement (Julliard, 2009 ; Coulomb-Gully, 2011, p. 39). Ce sont des instances telles que la famille, l'école, l'Église et l'État qui contribuent à façonner notre vision du monde et notre construction des genres. La presse écrite est un outil de socialisation au même titre que ces instances familiales et étatiques. Les discours journalistiques sur les femmes et les hommes participent de la construction identitaire des individus. Les traces discursives et linguistiques sont des indices des représentations sociales des genres. Car les rôles sociaux, au même titre que les représentations du féminin et du masculin, se déterminent dans et par les discours.

Nous avons tenté au cours des deux premiers chapitres de mettre en exergue les processus de production des contenus médiatiques et leur imbrication dans le contexte socio-historique. Pour ce faire, nous avons établi un échantillon raisonné de la presse écrite. En effet, nous avons choisi d'étudier deux quotidiens et deux magazines d'information générale (*Le Monde*, *Le Devoir*, *L'Actualité* et *Le Nouvel Observateur*). En ce qui concerne la période choisie, nous avons pris le parti d'observer les quotidiens durant la semaine du 9 décembre 2013 et les magazines pendant le mois de novembre 2013. Il s'agit d'une période actuelle qui ne correspond pas à des vacances ni à des périodes de campagnes électorales, marquées par des événements majeurs. Nous voulions donc analyser la presse écrite sans aucune distinction spécifique, dans un soin d'analyser les messages quotidiens que les lecteurs reçoivent à la lecture de leur média. Nous notons que les journalistes, mais aussi les lignes éditoriales de la presse écrite, sont touchés de plein chef par les changements sociaux qui traversent les sociétés et qu'à cet effet, les articles journalistiques se font le reflet non seulement des valeurs de la profession mais plus encore des valeurs et des représentations partagées par la société. Nous avons vu avec des auteurs tels qu'Érik Neveu et Marie-Anne Poussart que les journalistes

intériorisent des normes d'écriture au cours de leur formation scolaire et professionnelle (Neveu, 2000, p. 200 ; Poussart, 1996, p. 12). Plus que les conseils de direction de la presse écrite, ce sont les journalistes qui participent des mécanismes sociaux de division des genres et de la reproduction des rapports de force. Nous avons donc cherché au cours de notre analyse qualitative d'observer cette éventuelle homogénéisation des discours journalistiques, plus particulièrement ceux qui portent sur les femmes et leur statut social.

Pour chaque journal étudié, nous avons fiché diverses données concernant les unités rédactionnelles en les classant selon le genre des journalistes et des sujets de la couverture médiatique (tableau 4.1). Par la suite, nous avons organisé les informations dans différents tableaux. Les données que nous avons recueillies dans le cadre de notre analyse quantitative nous permettent d'observer la place minoritaire des femmes parmi les collaborateurs journalistes de notre corpus. Les femmes journalistes écrivent moins d'articles que les hommes, leur signature est moins présente que celle de leurs homologues masculins (tableau 4.2). Nous avons donc cherché à étudier une différenciation genrée dans la distribution des rubriques selon le sexe des journalistes et des sujets de la couverture médiatique ainsi qu'une différence de présence des experts, témoins et personnes mentionnées selon leur sexe au sein des journaux. Nos résultats statistiques révèlent le fait que les femmes journalistes sont plus nombreuses que leurs homologues masculins à écrire au sein des rubriques de santé, environnement et mode (tableaux 4.12 ; 4.13 ; 4.14). Les hommes journalistes sont plus nombreux que les femmes journalistes à écrire dans les rubriques politiques, technologiques, culturelles, sportives, scientifiques ainsi que dans la rubrique de société (tableaux 4.4 ; 4.5 ; 4.6 ; 4.7 ; 4.8 ; 4.9). En ce qui concerne les sujets de la couverture médiatique, nous observons au vu de nos statistiques une même sous-représentation des femmes et une même distribution genrée des rubriques. Les

femmes occupent un espace médiatique restreint par rapport aux hommes, que ce soit comme journalistes, expertes, témoins ou sujets de la couverture médiatique. Elles sont plus souvent appelées à paraître dans les rubriques en lien soit avec un rôle social traditionnellement considéré comme féminin, soit encore avec leur apparence (tableaux 4.23 ; 4.24). En outre, aucun article de notre corpus faisant partie des rubriques scientifiques, technologiques, sur l'environnement et sur l'éducation ne traite de femmes ou de leur statut social (tableaux 4.18 ; 4.21 ; 4.22 ; 4.25).

L'analyse de discours que nous avons effectuée et présentée au cours du chapitre IV a retenu des unités rédactionnelles représentant des femmes ou leur statut social afin de confronter les messages véhiculés par ces articles au cadre théorique que nous avons établi au cours du deuxième chapitre. Nous avons observé la récurrence de plusieurs thèmes au sein de notre échantillon tant français que québécois. En effet, les thèmes liés au paraître, aux responsabilités, à la sphère domestique ainsi que la posture de victime sont des thèmes repris dans les articles portant sur les femmes et leur statut social. Ainsi, nous pouvons affirmer que dans les articles étudiés, les femmes sont présentées par leur âge, leur statut familial, leur statut matrimonial et par leurs attributs physiques. La féminité passerait donc davantage, dans ces unités journalistiques, par l'apparence et la sphère privée que par le statut social et professionnel. Les femmes sont représentées comme des mères et des épouses, selon la couleur de leurs cheveux et leur âge plutôt que leur expertise. Bien souvent, les femmes présentées dans les articles sélectionnés se voyaient légitimer par la présence d'un homme ; leur place dans la société semblait due à l'aide et le soutien d'un homme dont le discours vient légitimer le leur. En outre, d'autres termes se retrouvent souvent au sein des articles étudiés, comme la culpabilité, présentant ainsi une image de la femme comme séductrice et tentatrice. Mais au contraire, certaines phrases et certains termes utilisés par les journalistes pour dépendre les femmes et leur statut

social, viennent présenter les responsabilités politiques ou publiques de figures féminines publiques. Cela tend ainsi à montrer une société où les femmes ont leur place dans les hautes sphères décisionnelles. De manière générale, nous avons observé que les données statistiques ainsi que les champs lexicaux employés et les thèmes traversant les diverses unités rédactionnelles sont similaires pour notre corpus français et notre corpus québécois. Nous avons conclu qu'il n'y a pas de grande différence dans les résultats que nous avons obtenus entre la France et le Québec. La femme n'est pas plus présente ni mieux représentée dans un pays par rapport à l'autre. Le traitement médiatique des femmes et de leur statut social demeure différencié, que ce soit en France ou au Québec.

Au cours du présent mémoire, nous nous sommes heurtées à quelques limites quant à l'échantillon de notre analyse. En effet, compte tenu du temps qui nous était imparti, nous avons sélectionné des échantillons de journaux et d'unités rédactionnelles minces qui ne nous permettent pas de généraliser nos résultats à l'ensemble de la presse écrite d'information générale française et québécoise. Nous ne prétendons pas que nos résultats soient valables pour tous les journaux imprimés. Nous avons conscience que notre analyse quantitative, même si elle est détaillée et exhaustive, ne peut s'appliquer à toute la presse française et québécoise. Nous ne prétendons pas non plus que notre analyse qualitative se fasse le reflet de l'ensemble du traitement médiatique des femmes et de leur statut social. Cependant, notre objectif n'est pas de généraliser nos résultats mais bien de relever l'existence de problèmes sociaux. Nous souhaitons mettre au jour un certain dysfonctionnement de la presse écrite dans son rapport aux femmes qui composent les salles de rédactions et à celles dont traitent les articles qu'elle publie. Il pourrait d'ailleurs à ce sujet être intéressant d'analyser notre problématique comparative à l'aide d'un échantillon plus important. C'est ce que tente d'établir chaque année la Commission de réflexion sur l'image des femmes dans

les médias, au sein de l'espace médiatique français. Notre recherche offre une entrée dans la vaste problématique de la place des femmes dans les médias.

L'objectif de notre recherche était d'actualiser les données statistiques compilées au cours des décennies précédentes, mais aussi d'observer en détail la presse écrite d'information générale dans son rôle de reproduction des schémas de pensée normés. Nous voulions participer d'une prise de conscience à l'égard du traitement médiatique des femmes et de leur statut social. Il s'agissait d'analyser la sous-représentation médiatique des femmes journalistes ainsi que des femmes en tant que sujets de la couverture médiatique. Notre recherche visait à remettre à l'ordre du jour non seulement le manque de visibilité des femmes journalistes et des femmes en tant que sujets d'articles journalistiques, mais aussi la représentation traditionnelle des femmes et de leur statut social. À travers le présent mémoire, nous cherchons à sensibiliser les lecteurs à ce phénomène contemporain, qui prend racine dans des normes sociales provenant du XIX^e siècle. Nous considérons qu'il est essentiel de parler du traitement médiatique différencié à l'égard des femmes journalistes et des femmes comme sujets de la couverture médiatique, en relevant la responsabilité de la presse écrite dans les représentations sociales des femmes et de leur statut social. Car en parlant de ces discriminations médiatiques des femmes, nous voulons participer de l'éveil des consciences ou du moins d'un certain regard critique des médias – regard qui permet aux médias d'évoluer et éventuellement d'apporter des changements dans leur éthique et leurs normes d'écriture journalistiques. Nous prenons ainsi appui sur les propos foucaaldiens à propos des micro-pouvoirs et des mouvements de résistance à l'égard du macro-pouvoir. En effet, les changements qui traversent la société répondent à des transformations d'abord sous-tendues au sein des micro-pouvoirs locaux. La société ne peut donc changer qu'à condition que les micro-pouvoirs soient eux-mêmes modifiés. En d'autres termes, nous souhaitons que notre mémoire, en

soulignant les inégalités qui touchent les femmes dans la presse écrite, conduise sinon à une remise en question du traitement médiatique des femmes et de leur statut social, du moins à une sensibilisation à l'égard de ce questionnement.

En ce qui concerne les perspectives de recherche futures, il pourrait être intéressant d'observer la place et les représentations des femmes journalistes et sujets de la couverture médiatique au sein des chaînes télévisuelles d'information en continu. En effet, le côté représentation visuelle de la télévision offre un aspect nouveau à notre champ d'études, car il suppose une plus grande attention portée à l'apparence et aux attributs physiques, tant pour les sujets de la couverture médiatique que pour les journalistes. Le rapport au corps semble être omniprésent au sein de la télévision, qui donne à voir autant qu'à informer. Cette problématique pourrait d'ailleurs être élargie à un échantillon géographique plus large ou comprenant une comparaison entre un milieu anglophone et un milieu francophone. Cela permettrait d'observer d'éventuelles différences dans le rapport au genre et à l'information.

ANNEXE A. RÉSULTATS DE L'ANALYSE QUANTITATIVE –
L'ACTUALITÉ

		FEMMES	HOMMES	MIXTES / NEUTRES / INCONNUS
Nombre de journalistes selon leur sexe		38,77%	61,23%	
Nombre de photographies de journalistes selon leur sexe		42,86%	57,14%	
Nombre d'experts selon leur sexe		22,81%	77,19%	
Nombre de témoins selon leur sexe		31,58%	68,42%	
Nombre de personnes mentionnées selon leur sexe		17,68%	82,32%	
Nombre d'articles selon le sexe des journalistes		35,36%	41,41%	1,01% articles mixtes 8,08% articles sans nom 14,14% articles sans nom avec coordination masculine
Nombre de photographies selon le sexe		17,04%	63,64%	19,32% mixtes

Répartition des sujets selon le sexe des journalistes	Politique	0,3183	0,5909	4,54% mixtes 4,54% inconnu
	Economie	50,00%	30,00%	20% inconnu
	Science	33,33%	66,67%	
	Santé	91,67%	8,33%	
	Culture	25,00%	66,67%	8,33% inconnu
	Environnement	100,00%		
	Société		100,00%	
	Education	40,00%	60,00%	
	Divers			82,35% coordination masculine 17,65% sans nom
Répartition des sujets selon le sexe des figurants	Politique	9,09%	13,64%	68,18% neutres 9,09% mixtes
	Economie		10,00%	90% neutres
	Science		33,33%	66,67% neutres
	Santé			100% neutres
	Culture	12,50%	50,00%	16,67% neutres 20,83% mixtes
	Environnement			100% neutres
	Société			100% neutres
	Education			100% neutres
	Divers			100% neutres

ANNEXE B. RÉSULTATS DE L'ANALYSE QUANTITATIVE – *LE*
NOUVEL OBSERVATEUR

		FEMMES	HOMMES	MIXTES / NEUTRES / INCONNUS
Nombre de journalistes selon leur sexe		41,44%	58,56%	
Nombre de photographies de journalistes selon leur sexe		2,94%	97,06%	
Nombre d'experts selon leur sexe		21,53%	78,47%	
Nombre de témoins selon leur sexe		32,47%	67,53%	
Nombre de personnes mentionnées selon leur sexe		18,57%	81,43%	
Nombre d'articles selon le sexe des journalistes		27,83%	38,75%	32,06% sans nom 0,68% mixte 0,68% sous direction masculine
Nombre de photographies selon le sexe		19,25%	59,22%	21,53% mixtes

Répartition des sujets selon le sexe des journalistes	Politique	17,99%	44,44%	36,51% sans nom 1,06% mixtes
	Économie	41,89%	17,57%	39,19% sans nom 1,35% mixtes
	Science		100,00%	
	Mode	73,68%	26,32%	
	Technologies	21,43%	42,86%	28,57% sous direction masculine 7,14% sans nom
	Santé	24,64%	18,84%	56,52% sans nom
	Culture	27,88%	50,19%	21,56% sans nom 0,37% sous direction masculine
	Environnement		16,67%	83,33 mixtes
	Société	44,78%	29,85%	2,98% mixtes 22,39% sans nom
	Sport		100,00%	
Répartition des sujets selon le sexe des figurants	Politique	11,64%	42,33%	44,97% neutres 1,06% mixtes
	Économie	2,70%	24,33%	72,97% neutres
	Science			100% neutres
	Santé	7,25%	14,49%	78,26% neutres
	Culture	11,52%	52,79%	29,37% neutres 6,32% mixtes
	Environnement		10,00%	90% neutres
	Société	17,91%	19,40%	56,72% neutres 5,97% mixtes
	Technologies			100% neutres
	Mode	31,58%	10,53%	42,10% neutres 15,79% mixtes
	Sport		100,00%	

ANNEXE C. RÉSULTATS DE L'ANALYSE QUANTITATIVE –
LE MONDE

		FEMMES	HOMMES	MIXTES / NEUTRES / INCONNUS
Nombre de journalistes selon leur sexe		37,00%	63,00%	
Nombre de photographies de journalistes selon leur sexe		36,84%	63,16%	
Nombre d'experts selon leur sexe		19,11%	80,89%	
Nombre de témoins selon leur sexe		25,36%	74,64%	
Nombre de personnes mentionnées selon leur sexe		18,22%	81,78%	
Nombre d'articles selon le sexe des journalistes		30,96%	51,78%	15,07% inconnus 2,19% mixtes
Nombre de photographies selon le sexe		19,00%	48,76%	32,24% mixtes

Répartition des sujets selon le sexe des journalistes	Politique	27,78%	48,89%	18,89% inconnus 4,44% mixtes
	Économie	40,00%	20,00%	40% inconnus
	Science		50,00%	50% inconnus
	Santé	75,00%	25,00%	
	Culture	33,83%	58,65%	7,52% inconnus
	Environnement	72,73%	27,27%	
	Société	23,31%	49,51%	24,27% inconnus 2,91% mixtes
	Éducation	42,86%	50,00%	7,14% mixtes
	Sport		100,00%	
Répartition des sujets selon le sexe des figurants	Politique	5,56%	35,55%	57,78% neutres 1,11% mixtes
	Économie	20,00%		80% neutres
	Science			100% neutres
	Santé			100% neutres
	Culture	6,01%	68,43%	21,80% neutres 3,76% mixtes
	Environnement			100% neutres
	Société	14,56%	31,07%	51,46% neutres 2,91% mixtes
	Éducation		7,14%	92,86% neutres
	Sport		100,00%	

ANNEXE D. RÉSULTATS DE L'ANALYSE QUANTITATIVE –
LE DEVOIR

		FEMMES	HOMMES	MIXTES / NEUTRES / INCONNUS
Nombre de journalistes selon leur sexe		39,40%	60,60%	
Nombre de photographies de journalistes selon leur sexe		17,50%	82,50%	
Nombre d'experts selon leur sexe		24,00%	76,00%	
Nombre de témoins selon leur sexe		30,34%	69,66%	
Nombre de personnes mentionnées selon leur sexe		21,34%	78,66%	
Nombre d'articles selon le sexe des journalistes		27,41%	41,43%	1,56% mixtes 29,6% inconnus
Nombre de photographies selon le sexe		18,85%	50,82%	30,33% mixtes

Répartition des sujets selon le sexe des journalistes	Politique	22,22%	32,10%	44,45% inconnus 1,23% mixtes
	Économie	18,33%	50,00%	30% inconnus 1,67% mixtes
	Santé	77,78%		22,22% inconnus
	Culture	33,33%	47,62%	19,05% inconnus
	Environnement	44,44%	44,44%	11,12% inconnus
	Société	31,49%	42,59%	22,22% inconnus 3,70% mixtes
	Sport		53,33%	44,67% inconnus
	Éducation	88,89%		11,11% mixtes
Répartition des sujets selon le sexe des figurants	Politique	6,17%	22,22%	69,14% neutres 2,47% mixtes
	Économie	1,67%		98,33% neutres
	Santé	22,22%		77,78% neutres
	Culture	16,67%	36,90%	41,67% neutres 4,76% mixtes
	Environnement			100% neutres
	Société	3,70%	22,22%	74,08% neutres
	Éducation			83,33% neutres 16,67% mixtes
	Sport	5,56%	72,22%	22,22% neutres

ANNEXE E. GRILLE D'ANALYSE QUALITATIVE

Catégories / Rubriques	Exemples
Adjectifs employés pour décrire la femme ou son statut social	
Verbes employés (voix active ou passive)	
Place accordée à l'apparence (attributs physiques)	
Thème de la vie privée	
Position occupée (vie active, chômage, etc.)	
Statut familial et/ou matrimonial	
Féminisation des termes (déceler une différence entre le Québec et la France)	
Responsabilités (position dans l'échelle hiérarchique)	
Expression de stéréotypes	
Façon d'être nommée (par le prénom ou par le nom de famille)	
Une figure masculine est-elle présente dans l'article ?	
Comment la figure masculine est mentionnée (position hiérarchique, adjectifs attribués, verbes employés)	

ANNEXE F. DE MONTVALON, J.-B. (12 DÉCEMBRE 2013), « LA DISCRÈTE MONTÉE EN PUISSANCE DE MARTINE AUBRY CONTRARIÉE PAR LA JUSTICE », *LE MONDE*, P. 9

Le Monde
12 décembre 2013

FRANCE

La discrète montée en puissance de Martine Aubry contrariée par la justice

La maire de Lille s'est déclarée « totalement sereine » après l'arrêt de la Cour de cassation invalidant l'annulation de sa mise en examen dans un volet de l'affaire de l'amiante

Avant un éventuel retour au premier plan, Martine Aubry devra lever l'hypothèque judiciaire qui assombrit son horizon. Après la décision rendue par la Cour de cassation, rendue le 10 décembre, elle restera mise en examen pour « homicides et blessures involontaires » dans l'un des volets de l'affaire de l'amiante. C'est donc accompagnée de ces mots éponyme que la maire socialiste de Lille devra mener campagne pour sa réélection.

Depuis que la cour d'appel de Paris avait, en mai, annulé sa mise en examen, M^{me} Aubry avait pu avancer un peu plus librement ses positions à l'échiquier politique. Un jeu contre et avec la justice. Consistant à mobiliser ses troupes, mais sans trop en faire, pour ne pas être accusée de jouer contre son camp.

La situation de la maire de Lille devra être réexaminée

La Cour de cassation a invalidé, mardi 10 décembre, l'annulation de la mise en examen de Martine Aubry et de huit autres personnes dans un des volets de l'affaire de l'amiante. Ils restent donc mis en examen. Leur situation sera à nouveau examinée par la chambre de l'instruction de Paris. La maire PS de Lille avait été mise en examen avec 16 autres personnes en novembre 2012 pour « homicides et blessures involontaires » pour son rôle entre 1984 et 1987 au ministère du travail,

possibilité confortable, à la mairie de Lille en mars 2014, qui pourrait assécher sa stature si d'aventure François Hollande décidait de rebouter les cartes au sein de l'exécutif.

C'est au beau milieu de ce retour à pas comptés, où chaque mot et chaque geste sont pesés au trebuchet, qu'est intervenue la décision de la Cour de cassation, comme un élément perturbateur. Il comment de convenir pour préserver un édifice en délicate reconstruction.

C'est à cette tâche que s'est immédiatement attelée M^{me} Aubry. Dans un communiqué publié mardi en début d'après-midi, l'ancienne ministre a fait savoir qu'elle restait « totalement sereine ». Remarquant que la Cour de cassation ne se prononce pas sur le fond mais sur la forme.

M^{me} Aubry a notamment souligné que l'association nationale des victimes de l'amiante avait « regretté à plusieurs reprises [...] que l'on n'ait pu aller à l'acte reprocher sur ce dossier ».

M^{me} Aubry compte sur ce soutien apporté par les représentants des victimes pour conserver sa popularité, condition indispensable à son retour sur la scène politique nationale. Ainsi, tous ses proches insistent sur ce point. « L'essentiel, c'est la position des associations », dit la ministre chargée de la réforme de l'Etat, Marylise Lebranchu, qui voit en motif de « sévérité ».

« Les parties civiles ont planté le drapeau de la justice », dit la ministre chargée de la réforme de l'Etat, Marylise Lebranchu, qui voit en motif de « sévérité ».

« Les parties civiles ont planté le drapeau de la justice », dit la ministre chargée de la réforme de l'Etat, Marylise Lebranchu, qui voit en motif de « sévérité ».

« Les parties civiles ont planté le drapeau de la justice », dit la ministre chargée de la réforme de l'Etat, Marylise Lebranchu, qui voit en motif de « sévérité ».

« Les parties civiles ont planté le drapeau de la justice », dit la ministre chargée de la réforme de l'Etat, Marylise Lebranchu, qui voit en motif de « sévérité ».

« Les parties civiles ont planté le drapeau de la justice », dit la ministre chargée de la réforme de l'Etat, Marylise Lebranchu, qui voit en motif de « sévérité ».

« Les parties civiles ont planté le drapeau de la justice », dit la ministre chargée de la réforme de l'Etat, Marylise Lebranchu, qui voit en motif de « sévérité ».

« Les parties civiles ont planté le drapeau de la justice », dit la ministre chargée de la réforme de l'Etat, Marylise Lebranchu, qui voit en motif de « sévérité ».

« Les parties civiles ont planté le drapeau de la justice », dit la ministre chargée de la réforme de l'Etat, Marylise Lebranchu, qui voit en motif de « sévérité ».

« Les parties civiles ont planté le drapeau de la justice », dit la ministre chargée de la réforme de l'Etat, Marylise Lebranchu, qui voit en motif de « sévérité ».

« Les parties civiles ont planté le drapeau de la justice », dit la ministre chargée de la réforme de l'Etat, Marylise Lebranchu, qui voit en motif de « sévérité ».

« Les parties civiles ont planté le drapeau de la justice », dit la ministre chargée de la réforme de l'Etat, Marylise Lebranchu, qui voit en motif de « sévérité ».

Une information judiciaire vise les époux Balkany

Deux juges parisiens devront établir si le maire UMP de Levallois et sa femme ont fraudé le fisc

A trois mois des municipales, le député et maire (UMP) de Levallois-Perret (Hauts-de-Seine), Patrick Balkany, avec son épouse Isabelle, se retrouvent dans le collimateur de la justice. Le 6 décembre, le parquet de Paris a ouvert une information judiciaire contre X pour « blanchiment de fraude fiscale » visant implicitement le couple. Confiée aux juges Renaud Van Rymenant et Patrick Simon, cette procédure est la suite logique de l'enquête préliminaire déclenchée le 6 novembre.

Mémo par l'Office central de lutte contre la corruption et les infractions financières et fiscales, les premières investigations ont été des soupçons visant M et M^{me} Balkany, suspects d'avoir organisé des avoirs au fisc. Les policiers sont parvenus à l'écartement entre les revenus et les biens du couple, d'un côté, et leurs patrimoines et traits de vie, de l'autre.

La procédure judiciaire visant les Balkany est consécutive à la publication de l'ouvrage *French Corruption* (Stock, 112 p., 10 euros) dans lequel est évoquée l'existence d'un compte ouvert en juillet 1994 au nom de M. Balkany à la banque ABN-Amro de Zurich, ou encore d'une société écran au Liechtenstein par laquelle auraient transité des fonds détournés en marge des marchés publics passés dans les années 1980 et 1990 par l'Office HLM des Hauts-de-Seine (OHS-HLM) alors présidé par M. Balkany.

C'est en tout cas ce qu'il faut en tirer, car les Balkany ont un ancien proche des Balkany.

Dubler Schuller, ex-directeur général de l'OFDHLM - et candidat à la mairie de Clichy-la-Garenne en mars 2014, Interrogé par *Le Monde* mercredi 11 décembre, M. Schuller, désormais tranquille avec le couple, a jugé le déclenchement de cette nouvelle procédure « logique ».

Documents bancaires

« À l'époque, ajoute-t-il, j'étais persuadé que les fonds détournés étaient destinés au SPH. Ce sont des investigations journalistiques qui m'ont notamment fait comprendre qu'il y avait eu de l'enrichissement personnel », interroge comme témoin dans le cadre de l'affaire Karachi le 24 octobre, M. Schuller, qui avait remis aux juges des documents bancaires, avant d'ouvrir son procès verbal. « Je n'ai aucun parti pris », assure-t-il.

Par contre, M. Balkany, qui avait remis aux juges des documents bancaires, avant d'ouvrir son procès verbal. « Je n'ai aucun parti pris », assure-t-il.

« Je n'ai aucun parti pris », assure-t-il.

ANNEXE G. LEGRAND, C. (15 DÉCEMBRE 2013), « MME
BACHELET GRANDE FAVORITE DE LA PRÉSIDENTIELLE
CHILIENNE », *LE MONDE*, P. 3

réintégrant la population dans les « États chers » et rétablissant ainsi un complexe équilibre. Au moment de la guerre, plusieurs centaines de milliers de Maliens du Nord ont pris la route vers le sud ou vers les États voisins, pour fuir la menace des groupes armés. Certains sont partis des jantes 2012 devant l'avancée des troupes du MNLA, d'autres lorsque les islamistes prirent le pouvoir, quatre mois plus tard. Craignant d'être assimilés aux rebelles du

« Ils aiment l'argent facile »
Beaucoup sont traités entre le souvenir du conflit et le désir de réconciliation. « J'ai des amis touaregs et touaregs n'est pas un rebelle », explique Diakité, un commerçant de Gao, réfugié à Bamako. Mais l'homme s'empare rapidement, puisant dans des préjugés historiques : « Ce ne sont jamais eux qui font les métiers fatigants,

évoquant les crimes commis par l'armée malienne contre des touaregs et des Arabes, mais il ne s'agit pas de civils contre d'autres civils, rappelle-t-il. Ce conflit a affecté les relations entre les différents groupes à un niveau sans précédent. » Des son élection en août, Ibrahim Boubacar Keita avait déclaré qu'il serait « le président de la réconciliation ». Un ministère de la réconciliation et du développement des régions du Nord a été

de Tombouctou, s'engager par sa mère et « s'entend » par son père. Un message qui montre, selon lui, que la cohabitation est possible. Seul que le blocage des négociations de paix entre le gouvernement malien et le MNLA ne facilite pas les choses. « Tout est dans les mains des Français, estime Moussa, réfugiée de Tombouctou. S'ils décident que tout est fini, alors ça le sera. » ■

unions au Mali, durant les trois premières mois d'existence de cette dernière. Soit, depuis juillet, des retards multiples de livraison, des camions inadaptes au terrain, des stocks insuffisants, des ruptures de

existants. Et, selon plusieurs cadres de l'ONU, les offres d'entreprises françaises sont souvent trop chères. ■

ALEXANDRA GENE
(AVEC NATHALIE GUERIN À PARIS)

M^{me} Bachelet grande favorite de la présidentielle chilienne

La candidate socialiste, au pouvoir entre 2006 et 2010, souhaite changer la Constitution

Santiago du Chili
Envoies spéciales

A 65 ans, la socialiste **Michelle Bachelet** est la favorite du second tour de l'élection présidentielle au Chili, dimanche 15 décembre. Elle est consciente que « le Chili a changé » depuis son mandat précédent (2006-2010) : « Si nous ne sommes pas capables de faire les changements attendus et si les gens commencent à descendre dans la rue, ce ne sera pas la responsabilité d'une présidente, mais d'un système politique incapable de répondre aux défis du Chili », confie-t-elle au *Monde*.

Son principal objectif est l'adoption d'une nouvelle Constitution pour remplacer celle de 1980, imposée par la dictature du général **Augusto Pinochet** (1973-1990) en vigueur malgré quelques réformes et vingt-trois années de démocratie. « Le système électoral binominal aboutit à un veto de la minorité qui empêche la majorité d'avancer », explique M^{me} Bachelet, qui justifie des échecs de sa première présidence « par le rejet systématique de nombreux projets de loi » présentés par son gouvernement. Dimanche, elle espère l'emporter haut la main pour renouveler

ses engagements. « J'ai besoin d'une large majorité », affirme-t-elle, admettant « être préoccupée » par la perte de crédibilité des partis politiques et la faible participation électorale – 55 % – lors du premier tour de la présidentielle, le 17 novembre. Pour la première fois dans ce type de scrutin, le vote n'était pas obligatoire.

« Les trois actions phares de mon gouvernement (qui prendrait ses fonctions le 11 mars 2014) seront la réforme fiscale et une réforme pour instaurer une éducation publique de qualité et la poursuite des études supérieures d'ici six ans », poursuit-elle.

Et d'ajouter : « C'est un nouveau cycle politique, économique et social qui s'ouvre. La société exige une plus grande participation dans la vie du pays, une meilleure répartition des richesses, un système de santé et de retraites plus efficace et équitable ».

Le Parti communiste s'est tenu sa candidature. « Je n'ai rien promis à personne », répond-elle quand on lui demande si elle va nommer des ministres communistes, comme au temps de l'ancien président socialiste **Salvador Allende** (1970-1973). Elle admet que

« rien n'est simple » au sein de la coalition de centre-gauche Nouvelle majorité, avec en particulier les détractes de ses aîllés de la Démocratie chrétienne et l'égard de certains de ses projets.

Elle confie « avoir des rêves mais aussi les pieds sur terre » : « Je suis une personne responsable et je crois pouvoir gouverner et obtenir une cohésion sociale, de par mon histoire et mon expérience ».

« Diversité »

Michelle Bachelet et sa mère ont été arrêtées et torturées après le coup d'État militaire de 1973. Son père, le général **Alberto Bachelet**, est mort à 51 ans, dans une prison militaire, des suites des tortures infligées par ses pairs. A leur libération, les deux femmes ont dû partir en exil. Première femme élue à la présidence du Chili en 2006, elle a été ministre de la santé en 2000 et, deux ans plus tard, la première femme ministre de la défense d'Amérique latine.

Le Chili a changé, Michelle Bachelet aussi. Elle a vécu ces trois dernières années à New York où elle a été directrice de l'ONU Femmes, « un travail en or, où j'ai beaucoup appris », précise-t-elle. Présidente de formation, divorcée et agnos-

tique dans un pays où l'Eglise catholique est puissante, elle va s'occuper d'un débat sur la dépénalisation de l'avortement thérapeutique et le mariage entre personnes du même sexe. « La diversité nous enrichit, je veux combattre toutes les formes de discrimination, entre les sexes, entre les citoyens des villes et ceux de la campagne, et entre les peuples indigènes. »

Son premier mandat avait été ébranlé par les manifestations étudiantes. Elle n'avait pas pu tenir ses promesses d'un pays sans exclusion, ni discrimination, avec une égalité des chances pour tous.

Elle fait son mea culpa sur le recours à la loi antiterroriste, datant de la dictature militaire, pour réprimer les révoltes des indiens Mapuche du sud du Chili. « J'ai tenté en vain de l'abolir », dit-elle. Soulignant « l'énorme dette à l'égard des peuples indigènes », elle promet de leur consacrer un ministère.

Aujourd'hui, les étudiants se mobilisent pour l'éducation et les communautés indigènes n'ont plus peur de s'exprimer et de réclamer. C'est le même élan historique qu'il y a quarante ans, du temps d'Allende », conclut-elle. ■

CHRISTINE LEGRAND

CHATEAU
LA TOUR CARNET
GRAND CRU CLASSÉ DU MEDOC
EN 1855

Premières vendanges en 1609

Aujourd'hui, les étudiants se mobilisent pour l'éducation et les communautés indigènes n'ont plus peur de s'exprimer et de réclamer. C'est le même élan historique qu'il y a quarante ans, du temps d'Allende », conclut-elle. ■

ANNEXE H. DIB, L. (10 DÉCEMBRE 2013), « INSULTÉE, UNE ÉLUE
DU NPD EN APPELLE AU PRÉSIDENT », *LE DEVOIR*, P. 4

CHAMBRE DES COMMUNES

Insultée, une élue du NPD en appelle au président

LINA DIB
à Ottawa

Un courriel dans lequel le sénateur conservateur Jean-Guy Dagenais s'en prend à la députée néodémocrate Charmaine Borg est une attaque dont devrait se mêler le Parlement, selon la députée insultée.

M^{me} Borg a soulevé un point de privilège, lundi après-midi, aux Communes. Le président de la Chambre devra décider si son privilège de députée a été atteint par ce courriel largement distribué par le sénateur Dagenais. Si oui, elle verra quelle motion présenter pour mener l'affaire plus loin. « C'est une attaque personnelle et vicieuse à mon égard », a commencé par dire la députée Borg, insistant sur le fait que

sensible. « Ce n'est pas une question d'être tough », a protesté M^{me} Borg, insistant sur le fait que les attaques personnelles n'avaient pas leur place en politique et qu'elles décourageaient particulièrement les jeunes femmes de faire de la politique.

Lorsqu'il avait été joint au téléphone vendredi, le sénateur Dagenais ne s'était pas montré très préoccupé par la réaction à venir de la députée. « Moi là, vous savez, qu'on dépose ma lettre en Chambre ou qu'on me nomme en Chambre, bon, ça ne me dérange pas beaucoup », avait lâché le sénateur.

Il inscrivait son geste dans une décision collective des sénateurs de ne plus se laisser attaquer sans se défendre.

Pour sa part, la députée Borg estime que l'attaque du sénateur qui n'avait pas réussi à se faire élire comme député est une démonstration supplémentaire de l'inutilité du Sénat. « J'invite M. Dagenais à faire la chose respectable, démissionner maintenant et se présenter contre moi dans Terrebonne-Blainville en 2015 », a-t-elle lancé.

Le sénateur Dagenais, arrivé troisième en 2011 dans Saint-Hyacinthe-Bagot, dit ne pas craindre les néodémocrates. « C'est une vague sur la queue du coat de Jack Layton. Tant mieux. M. Layton a fait un excellent travail. Il a pris une bière à Tout le monde en parle, il a joué de la guitare, puis les Québécois ont aimé ça. C'est des gens émotifs; ils ont embarqué là-dessus. Mais ne vous en faites pas, ça ne sera pas comme ça en 2015 », a-t-il ajouté.

La députée Borg a qualifié de « condescendant » et de « misogynne » le ton du courriel du sénateur

son travail de députée en serait affecté.

C'est un dépliant distribué dans la circonscription de Terrebonne-Blainville de M^{me} Borg qui a soulevé la colère du sénateur Dagenais. Le dépliant prônait l'abolition du Sénat. Vendredi, le sénateur y a riposté en envoyant un courriel destiné à M^{me} Borg, mais distribué à tous les parlementaires. Dans ce courriel, il traite le dépliant de « torchon » et reproche à la députée de ne rien connaître à la Constitution.

Épiderme trop sensible?

Dans son discours en Chambre pour présenter l'ordre du jour, le sénateur Dagenais a déclaré : « C'est une attaque personnelle et vicieuse à mon égard ». Et ce n'est certainement pas avec des choses comme ça que nous allons réussir à encourager plus de jeunes femmes à s'engager en politique », a-t-elle déclaré.

À la sortie des Communes, la députée Borg a déclaré :



Le Canada se prépare à consacrer des milliards de dollars à la recherche

Le Canada réclamer le pôle Nord... plus

HELENE RUZZETTI
MARIE VASTEL
Correspondantes parlementaires
à Ottawa

1 200 000 km²

Superficie revendiquée par le Canada dans la zone atlantique

C'est un débat où la politique semble peser aussi lourd que la science. Le Canada a officiellement annoncé lundi qu'il reportait à une date ultérieure indéterminée sa soumission finale à la Commission des limites du plateau continental concernant les pourtours du territoire qu'il revendique en Arctique. Des données scientifiques supplémentaires sont nécessaires, ont expliqué les fonctionnaires, mais le résultat est déjà connu : Ottawa ne souhaite pas céder dans le débat.

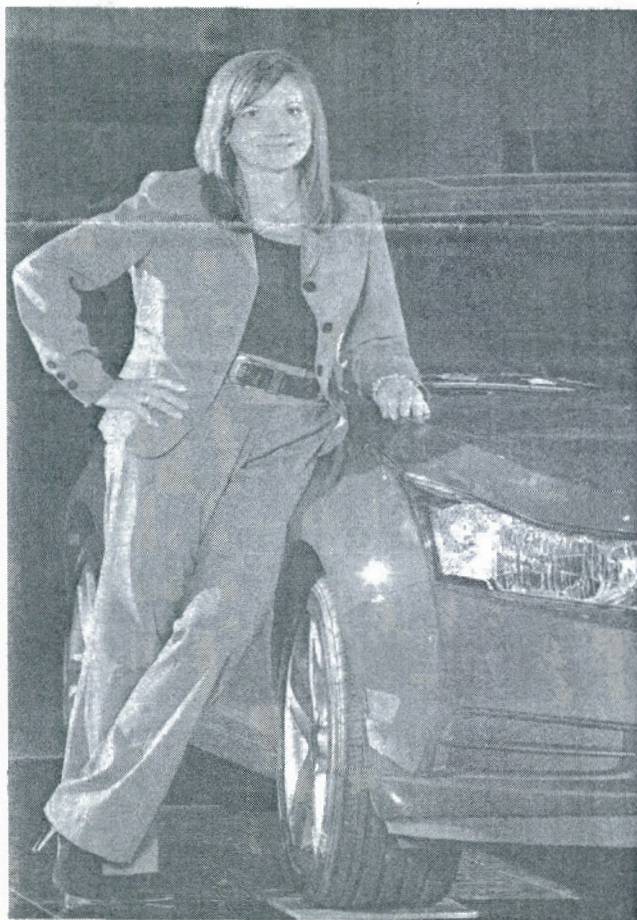
Le Canada a officiellement annoncé lundi qu'il reportait à une date ultérieure indéterminée sa soumission finale à la Commission des limites du plateau continental concernant les pourtours du territoire qu'il revendique en Arctique. Des données scientifiques supplémentaires sont nécessaires, ont expliqué les fonctionnaires, mais le résultat est déjà connu : Ottawa ne souhaite pas céder dans le débat.

prévoit avoir un différend avec la France, qui pourrait revendiquer — à tort selon lui — un territoire à cause des îles Saint-Pierre-et-Miquelon.

En ce qui concerne l'Arctique, le Canada a officiellement soumis des données scientifiques indiquant son intention de déposer une revendication future. Quant à l'Atlantique, le Canada a officiellement soumis des données scientifiques indiquant son intention de déposer une revendication future.

Un des scientifiques a fait valoir que la collecte de données dans le Nord est difficile parce que les zones ne sont accessibles que six à huit semaines par année. Mais l'explication est peut-être tout aussi politique. La semaine dernière, le *Globe and Mail* a révélé que le premier ministre Stephen Harper avait lui-même demandé aux scientifiques de réduire leur

ANNEXE I. DUPONT, V. (11 DÉCEMBRE 2013), « GM ASSOIT UNE FEMME AU VOLANT DE L'ENTREPRISE », *LE DEVOIR*, P. 11-12



AP PHOTO/GENERAL MOTORS, JOHN E. MARTIN
Mary Barra, la nouvelle patronne de GM, ne portera que le titre de directrice générale; son prédécesseur occupait aussi la présidence du conseil d'administration. L'entreprise a dit vouloir alléger sa tâche.

GM assoit une femme au volant de l'entreprise

VÉRONIQUE DUPONT
à New York

Général Motors s'est choisi une nouvelle patronne, Mary Barra, première femme à diriger le numéro un américain de l'automobile et, plus généralement, un grand nom du secteur dans le monde.

« C'est un jour historique pour General Motors et pour l'automobile », a commenté Michelle Krehs, analyste du site spécialisé Edmunds.com.

M^{me} Barra, 51 ans et 33 ans au service de l'entreprise, est actuellement vice-présidente du développement mondial des produits et de l'approvisionnement. Elle succédera à Dan Akerson, 68 ans, comme directrice générale à partir du 15 janvier. M. Akerson a indiqué lors d'une conférence de presse téléphonique qu'il comptait initialement partir au deuxième semestre 2014, mais qu'il avait avancé son départ pour être aux côtés de sa femme, atteinte d'un cancer.

Il était directeur général de GM depuis septembre 2010 et p.d.g. depuis le 1^{er} janvier 2011. Il était entré au conseil d'administration en juillet 2009 comme représentant du Trésor américain, au moment du dépôt de bilan du constructeur et de sa restructuration sous l'égide de l'État, qui a injecté près de 50 milliards de dollars d'aides pour surmonter une grave crise du secteur automobile.

M. Akerson a notamment supervisé le retour en Bourse réussi du groupe en novembre 2010. L'action GM a longtemps coté sous son prix de retour en Bourse de 38 \$US, mais elle valait mardi 40,56 \$US, proche de son sommet depuis cinq ans.

Après avoir accumulé des pertes abyssales les années précédentes, GM est revenu aux bénéfices en 2010, tire par l'Amérique du Nord, même si l'Europe,

VOIR PAGE 52 : GM

« L'expérience qu'il faut »

« Avec un portefeuille de voitures et de véhicules lourds superbe et l'une des meilleures performances financières de notre histoire récente, c'est un moment excitant chez GM », a renchéri Mary Barra.

Contrairement à M. Akerson, venu du fonds d'investissement Carlyle après la crise financière, M^{me} Barra est issue du sérail. « Elle fait partie de ceux et celles qui ont mené le redressement du groupe, la revitalisation de ses produits », précise GM dans son communiqué.

Cette brune auburn aux longs cheveux et au large sourire, mariée et mère de deux enfants, a grimpé tous les échelons : « elle a travaillé en usine, dirigé des usines puis la partie la plus complexe de notre activité, le développement de produits et la gestion de l'approvisionnement dans le monde », a énuméré M. Akerson. Ingénieur de formation, elle est titulaire d'un MBA de la prestigieuse université californienne de Stanford.

« Elle a l'expérience qu'il faut » pour prendre la tête de GM, estime Michelle Krebs, pour qui M^{me} Barra était la candidate la mieux placée pour succéder à M. Akerson.

Ce dernier a affirmé lors de la conférence téléphonique que la vision de GM comme un « boys club » était « datée » : « 25 % de nos usines sont gérées par des femmes, nous avons quatre femmes à notre conseil d'administration » et des femmes « au comité de direction ». « Mary Barra n'a pas été choisie pour faire "politiquement correct" » mais parce qu'elle est « probablement l'un des dirigeants les plus talentueux que j'ai jamais rencontrés », a-t-il insisté.

« Elle est très appréciée » et son choix a été décidé « à l'unanimité » par le CA, a-t-il affirmé.

Il a justifié la nomination d'un président du conseil d'administration, alors que lui-même occupait à la fois les fonctions de directeur général et de président du CA, par le fait que le groupe souhaitait « enlever un peu du poids » de la tâche qui incombera à M^{me} Barra.

Elle devra notamment finir le redressement en Europe et réduire encore les coûts.

Agence France-Presse

GM

SUITE DE LA PAGE B 1

son talon d'Achille, reste largement dans le rouge. Signe de son redressement, GM a également tourné la page douloureuse de la tutelle de l'Etat, qui lui avait valu le surnom de « Government Motors » : lundi, le Trésor a annoncé qu'il avait vendu le restant de sa part dans le constructeur, soldant un investissement qui a coûté 10 milliards aux contribuables américains.

« Je vais partir avec une grande satisfaction pour ce que nous avons accompli, beaucoup d'optimisme sur ce qui attend [la société] et une grande fierté d'avoir permis à General Motors de retrouver sa place de porte-drapeau de l'Amérique sur le marché automobile mondial », a commenté M. Akerson.

ANNEXE J. MORICE, L. (7 NOVEMBRE 2013), « LA DURE DE CHEZ DOUX », LE NOUVEL OBSERVATEUR, P. 48

POLITIQUE

CRISE BRETONNE

LA DURE DE CHEZ DOUX

Comment une syndicaliste de Châteaulin est devenue l'une des figures de proue du mouvement des bonnets rouges. Portrait

PAR LOUIS MORICE



« Il faut nationaliser les sites industriels menacés de fermeture ! » Nadine Hourmant a lâché sa bombe face aux 30 000 bonnets rouges rassemblés samedi place de la Résistance, à Quimper. Stupeur des transporteurs, agriculteurs et autres marins-pêcheurs. Acclamations nourries des ouvriers de Doux, Gad, Tilly-Sabot, Marine Harvest, entreprises symboliques de la crise traversée par l'agroalimentaire de la région. La foule vieillie, avant de se ressaisir : pas question d'écorner l'union sacrée, version bretonne. Celle des intérêts divergents abrités sous une cause commune : l'emploi !

En dix-huit mois de combat à l'usine Doux de Châteaulin, après la mise en redressement judiciaire du roi déchu de la volaille, l'ouvrière de la chaîne d'emballage est devenue la figure emblématique de la crise bretonne. Tout s'est accéléré depuis quelques semaines et cette petite boule d'énergie blonde, toujours tirée à quatre épingles, enchaîne radios et planaux télé.

Entre le fixe, le portable et les doubles appels, son mari et ses trois

Nadine Hourmant, déléguée FO, le 18 septembre, à Rennes

Il faut des actes, et vite ! Les usines continuent à fermer et les salariés sont licenciés. On est en train de crever.

filles ont dû apprendre à se contenter des rares moments qu'elle passe encore chez elle. Nadine Hourmant se bat aussi pour que ses enfants puissent un jour « vivre et travailler au pays ».

Rien ne prédestinait pourtant cette mère de famille de 41 ans à se retrouver sous le feu des projecteurs. Elle se plait aujourd'hui à raconter que l'usine où elle est entrée à 18 ans a « forgé » son caractère. Les conditions de travail – « Doux fabrique des handicaps, on sort de là cassé » –, l'absence de dialogue social – « Un directeur m'a dit qu'il m'aimait bien mais que je ne comprenais pas tout » – ont eu raison de la « gentille fille réservée ». Vingt-trois années d'école Doux ont même fait d'elle « la tête à claques » de l'usine comme disait son ancienne DRH.

Alors, quand Jean-Luc Mélenchon a voulu discréditer l'icône naissante, évoquant à propos du rassemblement de Quimper « les esclaves qui manifestent pour leurs maîtres », Mona Bras, porte-parole de l'Union démocratique bretonne, a volé à son secours : « Elle représente un monde ouvrier qui ne se reconnaît plus dans

ses instances politiques et syndicales. Nadine Hourmant n'est pas passée par une école qui l'a formée. Elle parle avec ses tripes et c'est pour ça qu'elle est entendue. » C'est d'ailleurs pour ça qu'elle inquiète tant l'ouvrière de Châteaulin incarnée cette frange de la population qui vote, mais qui a aujourd'hui perdu confiance dans la parole politique. En juin 2012, Nadine Hourmant évoquait encore sa sensibilité de gauche. Aujourd'hui, elle dit sa défiance à l'égard de tous les partis. Ses envoies sur l'abandon que ressentent les ouvriers traduisent l'urgence de leurs attentes face à l'inertie du gouvernement. « On ne veut plus de grand-messes. Il faut des actes, et vite ! Les usines continuent à fermer et les salariés sont licenciés. On est en train de crever », lance-t-elle.

À l'usine, ses collègues lui tirent leur bonnet. Yannick, syndicaliste lui aussi, suit son engagement depuis le début : « Elle est hallucinante. A FO, nous ne sommes pourtant pas favorables à la personnalisation. Chez nous, c'est plus l'action collective mais on doit reconnaître qu'elle représente bien notre combat. » Ne sort-elle toutefois pas de son rôle lorsqu'elle s'empare, devant les caméras, contre ces taxes qui « pèsent chaque jour un peu plus sur le pouvoir d'achat des salariés » ? Yannick, bon camarade, la couvre : « La participation de FO au mouvement des bonnets rouges est claire : c'est l'emploi d'abord, et Nadine se bat d'abord pour l'emploi. »

Elle explique pour sa part que « dans la collectif, il y a des patrons, des politiques, des salariés. Chacun garde ses spécificités. Je suis déléguée syndicale, ma priorité c'est de garder notre boulot ». Alors pourquoi Nadine Hourmant s'est-elle lancée dans cette croisade contre les taxes ? « On est déjà au maximum. On a du mal à finir le mois. Ceux qui décident ces nouvelles taxes savent-ils ce que c'est que de vivre avec moins de 1 300 euros par mois ? »

Pas question, en tout cas, de renier son appel à la nationalisation : « De toute manière, dit-elle, si on n'a plus de boulot, on sera nationalisé quand même puisqu'on sera à la charge de la collectivité. Dans un sens ou dans un autre, ce sera toujours de l'argent public... » ■

ANNEXE K. MARTIN, M-H. (21 NOVEMBRE 2013), « RÉVOLUTION
À L'ANGLAISE », *LE NOUVEL OBSERVATEUR*, P. 99

NOTRE ÉPOQUE

CLUB
**RÉVOLUTION
À L'ANGLAISE**

DE NOTRE CORRESPONDANTE À LONDRES

« Sang d'encre », l'action, démarrée en 2013, remonte le temps. Deux médiums légistes tirent du cimetière cinq sacs censés contenir des corps, sous le regard des participants qui retiennent leur souffle, de peur de rater un indice. Telle la bonne fée dans Cendrillon, la maîtresse du jeu, en cape et chapeau, surgit, solennelle et truculente. « Vous êtes ici pour éteindre votre soif de vérité, dit-elle en préambule. Il faudra fouiller l'histoire du village, dresser des profils. Pour seul outil, vous aurez la roue. Je vous invite à revivre cette journée du 5 octobre 1961. »

Le temps des investigations, les détectives se mêlent aux habitants, les assaillent de questions. « Cinq, elle a un petit copain ? » s'enquiert une enquêtrice auprès de la coiffeuse un peu comère qui lui crêpe les cheveux. Les faux villageois prennent leur rôle au sérieux. Seuls trois ou quatre d'entre eux connaissent l'histoire de A à Z. « Au théâtre, cela n'arrive jamais qu'un comédien joue deux jours non-stop », s'enthousiasme Sylvain Hartwick. Le vortex temporel fonctionne à merveille. « Par moments, j'étais obligé de demander si l'action se situait en 2013 ou en 1961, pour savoir à quelle conversation je prenais part », raconte Yannis, 36 ans, un mécanicien de formule 1 venu de la Drôme. « C'est très dépayant. Et souvent, j'ai eu la larme à l'œil », témoigne Vincent, gérant d'une société d'événementiel, un très chic costume gris.

L'équipe n'est résolue que le dimanche après-midi. Au cours d'une bagarre, le fils Blachot ont tué les frères Zongari. Emilienne Blachot couvre ses cinq garçons en faisant croire qu'ils sont morts pendant la guerre d'Algérie. En souvenir de ce week-end un peu fou, Saint-Michel-de-Chabrilanoux gardera le cinéma d'époque. ■

Un des joueurs, Yannis, et sa femme



Au premier étage de Kingly Court, derrière Carnaby Street, théâtre des riches heures du *Swinging London*, une vingtaine de convives – des femmes exclusivement – se retrouvent autour d'une table. Les cocktails à base de vodka délient les langues et la bonne humeur est contagieuse. Entre deux éclats de rire, devant un plateau d'huitres, la conversation glisse sur une exposition de moulages de vagins ou le concept télé-susceptible d'intéresser les femmes d'âge mûr. Plus tard, dans une ambiance feutrée de guitare acoustique, la chanteuse Katie Melua va réjouir l'assistance. C'était au dîner de lancement de The Other Club (« l'autre club »), le dernier-né des cénacles réservés aux femmes, qui, à Londres, poussent comme des champignons. 2012 avait vu l'ouverture de Grace Belgravia, sorte de spa haut de gamme pour le corps et l'esprit, où des femmes se font chouchouter dans un magnifique cadre géorgien, pour l'équivalent de quelque 6 500 euros le ticket d'entrée annuel, tout de même.

« The Other Club est une référence au « Deuxième Sexe » de Simone de Beauvoir », explique Joy Lo Dico, journaliste trentenaire du « London Evening Standard », cofondatrice du club avec sa consœur du « Sunday Times », Katie Glass. L'idée était d'ouvrir un espace où toutes celles qui « font des choses » – juristes, scientifiques, politiques... – pourraient travailler, discuter, se retrouver et dîner. « On entend les plafonds de verre exploser dans Londres, commente Joy Lo Dico. Angela Ahrendts, la patronne de Burberry (qu'Apple vient d'embaucher, NDLR), est la mieux payée du Royaume-Uni ; Zaha Hadid a décroché le prix Pritzker, le Nobel de l'architecture, et on verra bientôt l'écrivain Jane Austen sur les billots de 10 livres. »

Petit-y voit une volonté de damer

le pion aux légendaires gentlemen's clubs, arc-boutés sur leurs traditions tels le Brooks's, le Boodle's ou le célèbre White's, ouverts depuis le XVIII^e siècle sur Saint James's Street ? « Un club comme le célèbre Garrick à Covent Garden, pourtant dédié aux arts et au théâtre, débat depuis deux ans pour accepter des femmes comme membres à part entière, mais cet été la question a disparu de l'agenda », avance Joy Lo Dico.

« Puisqu'ils ne veulent pas de nous, on va faire sans eux », semble être le mantra. Les débuts sont modestes, loin du décorum de ces clubs anglais misogynes par habitude, où longtemps les femmes ont pris l'entrée de service. Sur Kingly Court, il n'y a ni huissiers en livrée à l'entrée, ni grandeur architecturale, ni lourdes tentures aux couleurs fanées par les ans, encore moins des bronzes de grands hommes ou des tableaux de maîtres. On n'y déjeune pas, comme au Garrick, de grouse arrosée de paillard sur une nappe damassée, dans l'ombre de Dickens et de Thackeray, non loin du sofa, témoin muet des dernières heures de Lord Byron.

Côté filles, sur Kingly Court, on ne se prend pas trop au sérieux : une « Slut Night » (« nuit des salopes ») a été organisée à The Other Club. Mais on n'oublie pas les pionnières non plus : des féministes *old school*, comme Rosie Boycott, ont été invitées à débattre le soir d'Halloween. Ici, on se souvient que jusque dans les années 1970, une caution masculine était requise afin qu'une femme puisse obtenir un prêt. L'historienne très médiatisée Mary Beard est aussi de la partie ; et les Femmes ukrainiennes sont au programme. Contre une contribution de 5 livres, The Other Club permet d'accéder aux délices de la convivialité et de la conversation.

MARIE-HÉLÈNE MARTIN



POLITIQUE EFFETS « PER-VERTS »

par Chantal Hébert

Il fut un temps où l'arrivée d'une nouvelle ministre fédérale de l'Environnement, issue du Grand Nord canadien et d'origine inuite de surcroît, aurait été le fait saillant d'un remaniement de mi-mandat.

Pourtant, l'été dernier, la nomination de Leona Aglukkak, en remplacement de Peter Kent, a à peine fait couler l'encre indispensable pour inscrire son nom dans sa case ministérielle.

De sujet chouchou à l'époque où Stéphane Dion en avait fait le cheval de bataille du Parti libéral, en 2008, l'environnement est devenu, cinq ans plus tard, un parent pauvre qui fait peu ou pas de vagues aux Communes. La crise financière qui a secoué les places boursières en 2008 n'est pas étrangère à la disparition de l'environnement du centre de l'écran radar politique.

Cela dit, contrairement à bon nombre de ses partisans, le Canada n'a pas été dans l'œil de la tempête économique. De plus, sa contre-performance en matière de lutte contre les changements climatiques — loin de lui avoir dégagé une marge de manœuvre sur d'autres fronts prioritaires — plombe aujourd'hui son ambition de s'imposer comme superpuissance écopolitique.

Pour quiconque se préoccupe de la santé de l'économie canadienne, la gestion fédérale du dossier de l'environnement n'est pas une question d'intérêt secondaire. Comment, alors, expliquer qu'elle occupe de moins en moins de place dans le débat politique?

Selon l'ancien candidat à la direction du Nouveau Parti démocratique fédéral Brian Topp, la situation tient davantage au rapport de force entre les divers partis qu'à l'importance, indéniable, de l'enjeu environnemental.

Après sa défaite au leadership contre Thomas Mulcair, Brian Topp est retourné dans les coulisses de sa formation. Au printemps dernier, ce stratège aguerrri a dirigé la campagne électorale ratée du NPD en Colombie-Britannique. À l'échelle des défaites douloureuses du NPD, celle-ci arrive tout près du haut de la liste: au déclenchement des élections, tous les sondages donnaient les néo-démocrates gagnants.

Le vent a tourné quand le NPD a pris position contre la construction de nouveaux oléoducs en

Colombie-Britannique. Cette manœuvre visait à contrer le Parti vert. Mais en se radicalisant sur la question des pipelines, le NPD a finalement perdu davantage de votes parmi les électeurs qui cherchaient un gouvernement susceptible d'équilibrer développement économique et environnement qu'il n'en a enlevé aux verts.

Dans une analyse des déboires de sa campagne, Topp consacre quelques paragraphes percutants à cet épisode. Il avance que l'arrivée en scène des verts en Colombie-Britannique comme sur la scène fédérale est un facteur majeur dans l'évacuation du débat environnemental de l'arène politique. Selon lui, les verts — malgré leurs efforts pour élargir leur discours — continuent d'être identifiés au seul dossier de l'environnement. Plus il en est question, plus le parti prend de la place, et aucun de ses rivaux ne peut lui disputer son monopole sans s'écarter dangereusement de la mouvance principale de l'électorat. Jugeant qu'ils n'ont rien à gagner sur le terrain de l'environnement, néo-démocrates, libéraux et conservateurs y passent de moins en moins de temps.

L'analyse de Topp n'est pas complètement désintéressée. En Colombie-Britannique, le Parti vert est souvent une menace pour le NPD, au même titre que ses rivaux conservateurs ou libéraux.

Le fait est, néanmoins, que depuis l'arrivée d'Elizabeth May aux Communes, il y a deux ans, il a été moins question d'environnement, plutôt que d'avantage. La longue course au leadership libéral de la dernière année a laissé très peu de place à ce sujet. Pour faire le poids contre Elizabeth May, l'opposition officielle néo-démocrate a confié le dossier à Megan Leslie, une de ses plus efficaces députées, mais on ne peut pas dire pour autant qu'elle préside à un grand virage vert au sein du NPD fédéral.

Ce n'est pas nier la contribution de tiers partis comme le Parti vert que de constater que cette contribution serait plus appréciable et comporterait moins d'effets pervers dans un système électoral plus proportionnel.

C'est tout aussi vrai au Québec, où, avec l'implantation durable de Québec solidaire dans le paysage, les autres partis, à commencer par le Parti québécois, ont de plus en plus tendance à chercher leur salut électoral ailleurs que sur le front de la justice sociale.



La ministre de l'Environnement du Canada, Leona Aglukkak. Sa nomination, l'été dernier, est passée quasi inaperçue, tout comme la question de l'environnement a disparu du centre de l'écran radar politique.

ANNEXE M. BEAULIEU, C. (15 NOVEMBRE 2013), « LES POMMES DE PAULINE », *L'ACTUALITÉ*, P. 3



L'édito de Carole Beaulieu rédactrice en chef et éditrice

LES POMMES DE PAULINE

Les femmes, c'est connu dans toutes les religions monothéistes, sont la cause des péchés que commettent les hommes.

Ah, Pauline, la tentatrice! La voilà qui astique ses pommes comme jadis le fit Ève sous les yeux d'Adam. Mordra, mordra pas dans le brillant fruit d'une élection autumnale qui pourrait faire entrer le Parti québécois dans l'Éden d'un gouvernement majoritaire?

Tous les chrétiens le savent, c'est Ève qui, la première, en contravention aux ordres du Très-Haut, non seulement a goûté le fruit défendu, mais l'a tendu à Adam. Espiègle coquine! Que voulez-vous, Ève était curieuse. Elle aimait bien l'idée — avancée par le serpent — qu'en croquant le fruit elle découvrirait des connaissances qui feraient d'elle l'égale de Dieu (disons d'une déesse). Pour ceux qui ont oublié la fin de l'histoire, rappelons que, dans la Genèse, le Tout-Puissant n'apprécia pas le fait qu'Ève veuille en savoir autant que lui. Il la condamna à enfanter dans de grandes souffrances. Dans les histoires religieuses, c'est comme ça, les femmes ont rarement le gros bout du bâton.

Mais trêve d'évocations religieuses. Pauline astique ses pommes. Seront-elles assez tentantes? Dans son panier, quelques McIntosh juteuses, promesses d'un plan de développement économique et de création d'emplois. Pauline a même ajouté une pommette bio en forme de plan d'électrification des transports. De quoi séduire l'Adam écolo!

Mais que faire de la pomme de discorde qu'est devenue la Charte des valeurs? Les Janettes y sont favorables. Elles ont assez souffert sous la férule des curés pour être vaccinées à vie contre les religions patriarcales et vouloir en tenir tous les symboles loin des écoles et des garderies.

Mais il y a les Inclusives, prêtes à prendre le risque d'un féminisme individuel vécu au cœur

des religions. Après tout, la liberté, c'est aussi la liberté de se soumettre, non? Et qui dit que dans quelques années, bons salaires aidant, les voiles ne prendront pas l'allure de talons hauts?

Pendant que les femmes débattent, Pauline frotte ses fruits et écoute le serpent. Le « p'tit vlimeux » fait valoir que les pommes des voisins sont plutôt ternes en ce moment et qu'il faudrait en profiter. Les nuages s'amoncellent à l'horizon, et dans deux mois, le Québec sera peut-être officiellement en récession. Les occasions de gains au marché, alors en déprime, seront moins bonnes.

Le principal concurrent, le grand Philippe, n'a pas été vu beaucoup sur la place publique. Il est occupé dans son verger. Ses pommiers sont vieux et les jeunes pousses encore cachées (la rumeur dit que de grosses branches sortiraient en temps voulu). Philippe a essayé de lancer de nouvelles variétés de fruits — une réforme de la fiscalité et une nouvelle stratégie maritime —, mais les pommiers tolèrent mal l'excès d'humidité, et Philippe peine à faire oublier l'odeur de pourri que son panier a déjà dégagée. Il a besoin de temps. Après le congrès général de décembre et le congrès d'orientation du printemps 2014, ses pommes brilleraient davantage! Plus, en tout cas, que le code d'éthique et la plateforme électorale qu'il adoptera en catastrophe, pour se préparer au cas où Pauline déciderait d'aller vite, vite au marché. Heureusement, il y a la pomme de discorde...

Et François? Où sont passés les fruits sucrés qui le faisaient caracoler dans les sondages au lancement de son verger coallisé? Plantés sur le terrain venteux du vote francophone, ses arbres en arrachent. Pourtant, il ne manque pas de fruits, l'ami François: baisse du fardeau fiscal, innovation, Projet Saint-Laurent... Mais qui veut les croquer?

Les yeux dans les yeux avec le serpent, Pauline frotte ses pommes. Parfois, elle y trouve un ver. C'est le petit ver de Québec solidaire. Que faire, que faire du petit ver?

La ministre Bernard Drainville n'ayant pas encore déposé le projet de Charte des valeurs au moment où j'écris ces lignes, nous y reviendrons dans un prochain numéro.

BIBLIOGRAPHIE

Monographie

- Amossy, R. et Herschberg-Pierrot, A. (2005), *Stéréotypes et clichés. Langue, discours, société*, Armand Colin, Paris, 128 p.
- Bamberger, C. (2012), *Femmes et médias : une image partielle et partielle*, L'Harmattan, Paris, 91 p.
- Barette Ouellette, M-M. (2012, février), *L'image de la femme à travers le contenu rédactionnel du magazine féminin québécois Elle Québec, entre les années 2005 à 2009*, Mémoire de Maîtrise en Lettres (Communication sociale), Université du Québec à Trois-Rivières, 121 p.
- Beauchamp, C. (1987), *Le silence des médias*, Remue-ménage, Montréal, 281 p.
- Bereni, L., Chauvin, S., Jaunait, A. & Revillard, A. (2012), *Introduction aux études sur le genre*, 2^e édition, De Boeck, Bruxelles, 358 p.
- Bosshart, L. (dir.), (1991), *Femmes et médias*, Université de Fribourg, Institut de journalisme et des communications sociales, 194 p.
- Bourdieu, P. (1982), *Ce que parler veut dire. Economie des échanges linguistiques*, Fayard, Paris, 243 p.
- Bourdieu, P. (1998), *La domination masculine*, Seuil, Collection Points Essais, Paris, 176 p.
- Bourdieu, P. (2001), *Langage et pouvoir symbolique*, Seuil, Coll. Points et Essais, Paris, 423 p.
- Brun, J. (dir.) (2009), *Interrelations femmes-médias dans l'Amérique française*, Les Presses de l'Université de Laval, 246 p.
- Cadoux, E. (2013, septembre), *Genre, sexe et médias : Analyse de Causette, magazine féminin et féministe*, Mémoire de Séminaire "Violences et médias", Institut d'Études Politiques de Lyon, 117 p.

CDEACF et WomenAction (Réseau) (2000), *Femmes et médias à travers le monde pour le changement social*, Editions du Remue-Ménage, Montréal, 170 p.

Chabrol, C. (2007), « Catégorisation de genre et stéréotypage médiatique : du procès des médias aux processus sociomédiatiques », in Boyer, H. (dir.), *Stéréotypage, stéréotypes : Fonctionnements ordinaires et mises en scène Tome I, Média(tisation)s*, Editions L'Harmattan, Paris, p. 61-72

Charaudeau, P. (1997), *Le discours d'information médiatique : la construction du miroir social*, Nathan, INA, Paris, 286 p.

Chartier, L. (2005), *Mesurer l'insaisissable : Méthode d'analyse du discours de presse*, Presses de l'Université du Québec, Communication Relations publiques, Québec, 263 p.

Chaponnière, M., & Ricci Lempen, S. (1970). *Tu vois le genre ? Débats féministes contemporains*, Editions d'en Bas, Fondation Emilie Gourd, Lausanne, 204 p.

Claveau, M. (2010, mars), *La femme en trois temps. Etude intergénérationnelle de la presse féminine québécoise : Filles Clin d'œil, Elle Québec et Bel Age Magazine*, Mémoire de Maîtrise en Etudes littéraires, Université du Québec à Montréal, 245 p.

Cohen, M. (1999), *Dites-le avec des femmes : le sexisme ordinaire dans les médias*, Médialibre, Paris, 140 p.

Compagnon, A. (2001), *Le Démon de la théorie*, Seuil, Collection Points Essais, Paris, 338 p.

Conseil du statut de la femme (2014), *Portrait des Québécoises en 8 temps*, Québec, Edition 2014, [en ligne]. Consulté le 13 août 2014.
<http://www.csf.gouv.qc.ca/modules/fichierspublications/fichier-37-1325.pdf>

Corradin, I. & Martin, J. (dir.), (1999), *Les femmes, sujets d'histoire*, Presses universitaires du Mirail, Toulouse, 351 p.

Côté, M. (2007), *Femmes journalistes parlementaires à la Tribune de la presse de Québec : Causes et conséquences possibles d'une sous-représentation*, Mémoire de stage parlementaire, Québec, 82 p.

Coulomb-Gully, M. (coord.) (2011), *Médias : La fabrique du genre*, Sciences de la société, n°83, Toulouse, 180 p.

Creswell, J. & Plano Clark, V. (2010), "The Nature of Mixed Methods Research", chap. *Designing and Conducting Mixed Methods Research*, Sage Publications, Thousand Oaks, p. 1-18

Dallaire, L. (2007), *D'égale à égal ? Un portrait statistique des femmes et des hommes*, Ministère de la Culture, des Communications et de la condition féminine, Québec, 262 p.

Damian, B., Frisque, C., & Saitta, E. (2010), *Le journalisme au féminin : assignations, inventions, stratégies*. Presses universitaires de Rennes, 284 p.

De Beauvoir, S. (1949), *Le Deuxième Sexe*, t.1 « Les faits et les mythes » Gallimard, Collection Folio, Paris, 400 p.

De Beauvoir, S. (1949), *Le Deuxième Sexe*, t.2 « L'expérience vécue » Gallimard, Collection Folio, Paris, 588 p.

De Bonville, J. (2000), *L'analyse de contenu des médias, De la problématique au traitement statistique*, De Boeck Supérieur, Bruxelles, 451 p.

Dubar, C. (2007), *La crise des identités. L'interprétation d'une mutation*, 3^e éd., Presses universitaires de France, Paris, 239 p.

Dumont, M. (2013), *Pas d'histoire les femmes ! Réflexions d'une historienne indignée*, Les Editions du Remue-Ménage, Montréal, 220 p.

Dumont-Johnson, M. (1992), *L'histoire des femmes au Québec depuis quatre siècles*, Le Jour, Montréal, 649 p.

Eco, U. (1985), *Lector in fabula, le rôle du lecteur ou la coopération interprétative dans les textes narratifs*, Editions Grasset, Collection Figures, Paris, 315 p.

El Yamani, M. (1998), « L'art de la récupération des médias », dans *Médias et féminismes : minoritaires sans paroles*, Editions l'Harmattan, Montréal, p. 223-233

Foucault, M. (1971), *L'ordre du discours*, Leçon inaugurale du Collège de France prononcée le 2 décembre 1970, Gallimard, Paris, 84 p.

- Foucault, M. (1976), « Méthode », *L'histoire de la Sexualité I. La volonté du savoir*, Gallimard, Paris, p. 121-135
- Foucault, M. (1978), « Dialogue sur le pouvoir », *Dits et écrits*, Tome II, Gallimard, Paris, p. 464-476
- Fowler, R. (2013), *Language in the News : Discourse and Ideology in the Press*, Routledge, London, New York, 254 p.
- Giraud, F., & Pfefferkorn, R. (2012), *Genre et rapports sociaux de sexe*, Barette Ouellette, Liens Socio, Lausanne, 140 p.
- Guionnet, C. & Neveu, E. (2004), *Féminins/masculins, Sociologie du genre*, Armand Colin, vol. 4, Paris, 288 p.
- Härmälä, T. (2014, printemps), *Etude de la résistance dans la pensée politique de Michel Foucault*, Mémoire de Master en Science politique, Institut des sciences sociales et philosophie, Université de Jyväskylä, 108 p.
- Hoebeker, S. (2008). *Sexe et stéréotypes dans les médias*. Harmattan, Collection Communication et Civilisation, Paris, 310 p.
- Irigaray, L. (1990), *Je, tu, nous. Pour une culture de la différence*, Editions Grasset, Paris, 161 p.
- Jamet, C. et Jannet, A-M. (2000), *Les stratégies de l'information*, L'Harmattan, Paris, 316 p.
- Julliard, V. (2012), *De la presse à Internet : la parité en questions*, Lavoisier, Paris, 286 p.
- Laufer, J., Marry, C. & Maruani, M. (dir.), (2001), *Masculin/Féminin : Questions pour les sciences de l'homme*, Presses Universitaires de France, Paris, 246 p.
- Macé, E. (2006), *Les imaginaires médiatiques. Une sociologie postcritique des médias*, Editions Amsterdam, Paris, 167 p.
- Maruani, M. (dir.), (2005), *Femmes, genre et sociétés, l'état des savoirs*, Editions La Découverte, Paris, 480 p.
- Millett, K. (1977), *La Politique du mâle*, Stock, 461 p.

Mongeau, P. (2008), *Réaliser son mémoire ou sa thèse, Côté Jeans & Côté Tenue de soirée*, Presses de l'Université du Québec, Québec, 158 p.

Mucchielli, A. (2006), *L'analyse de contenu : Des documents et des communications*, EF Editeur, 9^e édition, Issy-les-Moulineaux, 223 p.

Mucchielli, A. & Guivarch, K. (1998), *Nouvelles méthodes d'étude des communications*, Armand Colin, Paris, 174 p.

Murchison-Morand, N. (2012, juillet), *Les enjeux démocratiques de la « crise de l'information » au sein de la presse écrite au Québec*, Mémoire de Maîtrise en Science politique, Université du Québec à Montréal, 135 p.

Observatoire des métiers de la presse (2012), *Les journalistes détenteurs de la carte de journaliste professionnel en 2012, étude statistique des données*, Etudes statistiques fournies par le CCIJP, Paris, 38 p.

Olivesi, A. (2012), *Implicitement sexiste ? Genre, politique et discours journalistique*, Presses universitaires du Mirail, Toulouse, 313 p.

Olliver, M. & Tremblay, M. (2000), *Questionnements féministes et méthodologie de la recherche*, Editions L'Harmattan, Paris, 258 p.

Perrot, M. (1998). *Les femmes ou les silences de l'histoire*, Flammarion, Paris, 493 p.

Poussart, M-A. (1996), *L'incidence des valeurs féministes sur les pratiques professionnelles des femmes journalistes dans la presse quotidienne au Québec*, Mémoire de Maîtrise en Communication (Institut de Recherches et d'Etudes féministes), Université du Québec à Montréal, 186 p.

Pluye, P., Nadeau, L., Gagnon, M-P., Grad, R., Johnson-Lafleur, J. & Griffiths F. (2009), « Méthodes mixtes », in Ridde, V. & Dagenais, C. (2009), *Approches et pratiques en évaluation de programme*, Les Presses de l'Université de Montréal, Montréal, p. 123-141

Reiser, M & Grésy, B. (2011), *Rapport 2011, les expertes : bilan d'une année d'autorégulation*, Commissions de réflexion sur l'image des femmes dans les médias, Ministère des solidarités et de la cohésion sociale, Paris, 196 p.

Reiser, M., & Grésy, B. (2008), *Rapport sur l'image des femmes dans les médias*, Commission de réflexion sur l'image des femmes dans les médias, Ministère des solidarités et de la cohésion sociale, Paris, 196 p.

Ringoot, R. (2014), *Analyser le discours de presse*, Armand Colin, Paris, 224 p.

Sartre, J-P. (1964), *Qu'est-ce que la littérature ?*, Gallimard, Paris, 336 p.

Saint-Pierre, M. (2012), *Les pratiques professionnelles genrées : le cas des journalistes sportifs québécois*, Dissertation de doctorat, Université de Laval, 102 p.

Serdjénian, E. (dir.) (1997), *Femmes et médias. Actes du XVe congrès de l'Union professionnelle féminine, Toulon, 4-8 octobre 1995*, Harmattan, 184 p.

Sineau, M & Tardy, E. (1993), *Droits des femmes en France et au Québec, 1940-1990*, Editions du Remue-Ménage, Montréal, 153 p.

Sore, R. (2012), *La femme au Burkina Faso : Sujet et acteur dans les médias*, Editions Universitaires Européennes, Sarrebruck, 100 p.

Sourd, C. (2003, septembre), *L'exclusion symbolique des femmes politiques dans les médias français. Une analyse des campagnes électorales de 2002 dans la presse hebdomadaire*, Mémoire de fin d'études, Institut d'Etudes politiques de Lyon, 90 p.

Statistique Canada (2012), *Femmes au Canada : rapport statistique fondé sur le sexe, 6^e édition*, Statistique Canada, Ottawa, 405 p.

Taylor, C. (1997), « La politique de reconnaissance », *Multiculturalisme, différence et démocratie*, Flammarion, Paris, p. 41-99

Von Glasersfeld, E. (1996), « Introduction à un constructivisme radical », dans Watzlawick, P., *L'invention de la réalité*, Editions de Minuit, Paris, p. 19-43

Yaguello, M. (1989), *Le sexe des mots*, Pierre Belfond, Paris, 169 p.

Ziamou, T. (2000), « Les femmes font l'info : une brèche dans le « plafond de verre » ? », *Rapport sur l'initiative du 8 mars 2000*, UNESCO, 54 p.

Articles de périodique

Adam, J.-M. (1997), « Unités rédactionnelles et genres discursifs, cadre général pour une approche de la presse écrite », *Pratiques*, Paris, n°96, p. 3-18

Assemblée Nationale du Québec. (2014) [s.d.], *Statistiques sur les députés*. Récupéré le 4 avril 2015, de <http://www.assnat.qc.ca/fr/deputes/statistiques-deputes.html>

Benoit, D. (2004), « Le constructivisme en communication : une évidence à revisiter », *Questions de communication*, n°5, Lorraine, p. 185-202

Bertini, M.-J. (2007), « Langage et pouvoir: la femme dans les médias (1995-2002) », *Communication et langages*, n°152 (1), Paris, p. 3-22

Bertini, M.-J. (2009), « Le Gender Turn, ardente obligation des sciences de l'information et de la communication françaises », *Questions de communication*, n°15, Presses universitaires de Nancy, p. 155-173

Bonnafeous S., Jouët J., Rieffel R. & dirs, (2003), « Une communication sexuée ? », *Réseaux*, n°120, Paris, 310 p.

Brassard Desjardins, A. (2000), « Michel Foucault, le pouvoir et la résistance politique », *Problématique, Revue d'études politiques*, n°6, p. 23-52

Brun, J. (2009), « Le site Web des Archives de Radio-Canada et les femmes en 2007 : une présence limitée, une histoire partiellement racontée », *Recherches féministes*, vol. 22, n°1, Québec, p. 105-122

Ceulemans, M., Fauconnier, G., etc. (1979), « Image, rôle et condition sociale de la femme dans les médias : recueil et analyse des documents de recherche », Organisation des Nations-Unies pour l'Education, la Science et la Culture, *Etudes et documents d'information*, n°84, Paris, 87 p.

Charaudeau, P. (2002), « A quoi sert d'analyser le discours politique ? », *Analisi del discurs politic*, IULA-UPF, Barcelone, [en ligne]. Récupéré le 18 février 2014

Charon, J-M (2001), « La presse magazine », *Réseaux*, n°105, p. 53-78, Paris [en ligne]. <http://www.cairn.info/revue-reseaux-2001-1-page-53.htm>. Récupéré le 14 mars 2015

Charron, J. et Bastien, F. (2012), « Les parlementaires québécois et *Le Devoir* dans le monde des médias », *Communication*, vol.29/2, [en ligne]. Récupéré le 28 mars 2015 : <http://communication.revues.org/2784>

Chauvel, S. et Le Renard, A. (2013), « Comment le travail journalistique amplifie la hiérarchie de genre. Une rédaction pendant la campagne présidentielle de 2012 », *Genre, sexualité & société* [en ligne], n°2, Récupéré le 21 janvier 2015 : <http://gss.revues.org/2598> ; DOI : 10.4000/gss.2598

Chollet, M. (2006), « La presse néglige les femmes », *Le Monde diplomatique*, Paris (29 septembre 2006)

Côté, E. (2014), « Sexiste, la politique française ? », *La Presse*, le 19 octobre 2013 [en ligne]. Récupéré le 12 novembre 2013. <http://www.lapresse.ca/international/europe/201410/18/01-4810440-sexiste-la-politique-francaise.php>

Coulomb-Gully, M. (2009), « Les sciences de l'information et de la communication : une discipline *Gender Blind* ? », *Questions de communication*, n°15, [en ligne]. Récupéré le 17 décembre 2013. <http://questionsdecommunication.revues.org/518>

Dacheux, E. (2009), « Les SIC approche spécifique d'une recherche en communication mondialisée », *Les sciences de l'information et de la communication*, CNRS éditions, Paris, p. 9-36

Dahlgren, P. (2000), « L'espace public et internet », *Réseaux*, n°100, Paris, p. 159-186

Damian-Gaillard, B. & Saitta, E. (2011), « Le processus de féminisation du journalisme politique et les réorganisations professionnelles dans les quotidiens nationaux français », *Communication*, vol. 28 (2), Québec, [en ligne]. Récupéré le 22 février 2014

Debras, S. (1999), « Des journaux et des femmes », *Communication et langages*, n°122 (1), p. 58-71

Debras, S. (2003), « Lectrices oubliées au quotidien », *Réseaux*, n°120, Paris, p. 175-204, [en ligne] : <http://www.cairn.info/revue-reseaux-2003-4-page-175.html>. Récupéré le 4 novembre 2013.

Delforce, B. (1996), « La responsabilité sociale du journaliste : donner du sens », *Cahiers du journalisme*, n°2, Ecole supérieure de Journalisme de Lille, p. 16-32

Descôteaux, B. (2011), « Encore plus de lecteurs pour *Le Devoir* », *Le Devoir*, 2 avril 2011, Montréal, [en ligne]. Récupéré le 28 mars 2015 :

<http://www.ledevoir.com/societe/medias/320273/encore-plus-de-lecteurs-pour-le-devoir>

Desplanques, A.-C. (2011), « Journalistes québécoises : 10 moments marquants, projetj.ca », Observatoire du journalisme, [en ligne], Récupéré le 10 mars 2015 : <http://projetj.ca/article/journalistes-quebecoises-10-moments-marquants>.

Desplanques, A.-C. (2012), *Les femmes en journalisme en chiffres*, projetj.ca, Observatoire du journalisme, [en ligne] : <http://projetj.ca/article/les-femmes-en-journalisme-en-chiffres>. Récupéré le 20 janvier 2014.

Dumora, B. et Boy, T. (2008), « Les perspectives constructivistes et constructionnistes de l'identité (1^{re} partie) », *L'orientation scolaire et professionnelle*, 37/3, p. 347-363 [en ligne]. <http://osp.revues.org/1722>. Récupéré le 28 janvier 2015.

Dussapt, C. (2012), « À quelles barrières sont confrontées les femmes au travail ? », *Challenges*, 13 octobre 2012 [en ligne]. Récupéré le 4 mai 2015 : <http://www.challenges.fr/womens-forum/20121009.CHA1725/a-quelles-barrieres-sont-confrontees-les-femmes-au-travail.html>

Eveno, P. (2003), « Les médias sont-ils sexués ? », *Le Temps des médias*, n°1, p. 162-173, [en ligne]. Récupéré le 17 octobre 2013

Fleury-Vilatte, B. & Walter, J. (2005), « Espaces politiques au féminin », *Questions de communication*, n°7, p. 7-20

Fujimura, I. (2005), « La féminisation des noms de métiers et des titres dans la presse française (1988-2001) », *Mots. Les langages du politique*, n°78, Récupéré le 14 septembre 2015 [en ligne] : <http://mots.revues.org/355>

Grossberg, L. (2003), « Le Cœur des Cultural Studies », *L'Homme et la Société*, n°149 (3), p. 41-56

Groulx, L.-H. (1997), « Querelle autour des méthodes », *Socio-anthropologie*, n°2, [en ligne] : <http://socio-anthropologie.revues.org/30>. Récupéré le 13 janvier 2014

Holzinger, F., Malécot, V., Papin, D. et Olivier, H. (2015), « Pourquoi la Planète manque-t-elle de femmes? », *Le Monde*, le 8 mars 2013 [en ligne] : http://abonnes.lemonde.fr/international/visuel/2015/03/08/pourquoi-la-planete-manque-de-femmes_4589071_3210.html. Récupéré le 1er Septembre 2015

L'Humanité, « Hommes : 12, Femmes : 0, Pourquoi nous, femmes, faisons aujourd'hui la grève des signatures aux Echos », *L'Humanité*, 7 juin 2013, Paris [en ligne] : <http://www.humanite.fr/fil-rouge/hommes-12-femmes-0.-pourquoi-nous-femmes-faisons-aujourd'hui-la-greve-des-signatures-aux-echos>. Récupéré le 10 février 2013.

INSEE, (2015), « Parité hommes-femmes », *Institut national de la statistique et des études économiques*, février 2015, Paris, [en ligne]. Récupéré le 10 mars 2015. http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&id=4482

Julliard, V. (2009), « Pour une intégration du genre par les sciences de l'information et de la communication », *Questions de communication*, p. 191-210, [en ligne] : <http://questionsdecommunication.revues.org/356>. Récupéré le 20 octobre 2013.

Karlin, E., Mandonnet, E., Bidalon, P. & Lhaïk, C. (2007), « La vérité sur... Royal », *L'Express*, Paris, n° du 30 avril 2007

Keller, R. (2007), « L'analyse de discours du point de vue de la sociologie de la connaissance. Une perspective nouvelle pour les méthodes qualitatives », *Recherches Qualitatives*, hors série n°3, Paris, p. 287-306.

Laufer, J. (2005), « La construction du plafond de verre : le cas des femmes cadres à potentiel », *Travail et emploi*, n°102, Lausanne, p. 31-44

LeBlanc, J-P. (2003), « Brève histoire de la presse d'information au Québec », Centre de ressource en éducation aux médias, 17 p. [en ligne]. Récupéré le 11 août 2014 : <http://www.youscribe.com/catalogue/presentations/actualite-et-debat-de-societe/politique/breve-histoire-de-la-presse-d-information-au-quebec-368488>

Lebrun, F. (2007), « Presse machiste et journalisme phallocratique. Le sport comme analyseur », *Illusio*, (4-5), p. 351-396

Le Monde diplomatique, « Femmes et médias », *Le Monde diplomatique*, 17 février 2006, Paris, [en ligne]. <http://www.monde-diplomatique.fr/carnet/2006-02-17-Femmes-et-medias>. Récupéré le 18 février 2014.

Le Nouvel Observateur (2007), « Les quotidiens en baisse, les hebdomadaires en hausse », *L'Obs*, le 11 septembre 2007, Paris, [en ligne]. Récupéré le 28 mars 2015 : <http://tempsreel.nouvelobs.com/medias/20070910.OBS4143/les-quotidiens-en-baisse-les-hebdomadaires-en-hausse.html>

Lulofs, N. (2014), « Top 25 Canadian consumer magazines for june 2014 », *Alliance for Audited Media*, [en ligne]. Récupéré le 28 mars 2015 : <http://auditedmedia.ca/news/blog/2014/august/top-25-canadian-consumer-magazines-for-june-2014.aspx>

Mattelart, M. (2003), « Femmes et médias, Retour sur une problématique », *Réseaux*, n°4, p. 23-51, Paris, [en ligne]. Récupéré le 17 octobre 2013.

Moirand, S. (2006), « De l'aire de la page à l'hyperstructure et à l'écran : comment lire et analyser la presse quotidienne ordinaire », *Cauce, Revista Internacional de la Filologia y su Didactica*, n°29, p. 295-320

Neveu, E. (2000), « Le genre du journalisme. Des ambivalences de la féminisation d'une profession », *Politix*, V.13 (51), p. 179-212

Planté, C. et Therenty, M-E. (2009), « Masculin/Féminin dans la presse du XIXe siècle. Le genre de la critique », *Femmes et critique(s) Lettres, Arts, Cinéma*, Presses universitaires de Namur, p. 14-28, [en ligne]. Récupéré le 30 mars 2015 : http://lire.ish-lyon.cnrs.fr/IMG/pdf/MF_PlanteTherenty.pdf

Pothin, M. (2014), « Londres : bientôt des wagons réservés aux femmes dans les métros ? », *Le Journal international*, 6 novembre 2014 [en ligne]. Récupéré le 4 mai 2015 : http://www.lejournalinternational.fr/Londres-bientot-des-wagons-reserves-aux-femmes-dans-les-metros_a2119.html

Roberts, M. L. (1997), « Copie subversive : Le journalisme féministe en France à la fin du siècle dernier », *Clio. Histoire, femmes et sociétés*, n°6, [en ligne]. <http://clio.revues.org/390>. Récupéré le 11 mars 2015

Roventa-Frumusani, D., (2009) « Le deuxième sexe dans la société et les médias. Production et interprétation des messages médiatiques au Québec et en Roumanie », Université de Bucarest, [gdc.auf.org](http://www.gdc.auf.org) [en ligne] : http://www.gdc.auf.org/IMG/pdf/Frumusani_-_Le_deuxieme_sexe.pdf. Récupéré le 13 novembre 2013

Roventa-Frumusani, D. (2009), « La dimension de genre dans la création/réception des produits médiatiques », *Language and Literature, European landmarks of identity*, vol. 2 (5), Bucarest, p. 7-17

Rue89, « Grève antisexisme aux *Echos* : pas de cheffes, pas de signatures », *Rue89*, 7 juin 2013 [en ligne] : <http://rue89.nouvelobs.com/2013/06/07/greve-anti-sexisme-echos-cheffes-signatures-243091>. Récupéré le 21 mars 2014.

Saint-Jean, A. (2000), « L'apport des femmes au renouvellement des pratiques professionnelles : le cas des journalistes », *Recherches féministes*, vol. 13, n°2, Montréal, p. 77-93

Sourd, C. (2005), « Femmes ou politiques ? La représentation des candidates aux élections françaises de 2002 dans la presse hebdomadaire », *Mots. Les langages du politiques*, 78, [en ligne]. <http://mots.revues.org/378>. Récupéré le 14 mars 2015

Télérama, « Les femmes journalistes des *Echos* dénoncent les inégalités au sein de la rédaction », *Télérama*, 10 juin 2013 [en ligne] : <http://www.telerama.fr/medias/les-femmes-journalistes-des-echos-denoncent-les-inegalites-au-sein-de-la-redaction,98668.php>. Récupéré le 10 février 2013.

Thérenty, M-E. (2009), « Pour une histoire genrée des médias », *Questions de communication*, n°15, [en ligne]. Récupéré le 10 mars 2015. <http://questionsdecommunication.revues.org/577>

Turcan, M. (2014, octobre), « De « Grey's Anatomy » à « Scandal », comment Shonda Rhimes est devenue la femme la plus puissante de télé US », *Les Inrocks*, [en ligne]. Récupéré le 30 avril 2015 : <http://www.lesinrocks.com/2014/10/05/cinema/actualite-series/shonda-rhimes-portrait-oprah-winfrey-series-tele-11527786/>

Valette-Florence, R., & de Barnier, V., (2010), *Les médias ont-ils une personnalité à l'image de la personnalité humaine ?*, Colloque Entre Communautés et Mobilité : une approche interdisciplinaire des médias, édition Presses Universitaires d'Aix-Marseille, p. 37-56